Chicken

A good choice for Canada, a good choice for Canadians

2013 Annual Report

Chicken Farmers of Canada
Les Producteurs de poulet du Canada

For presentation to the Minister of Agriculture and Agri-Food, the Honourable Gerry Ritz, and the Farm Products Council of Canada.

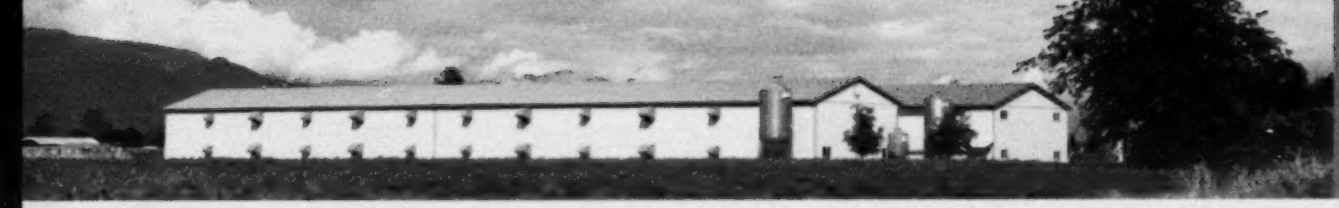
Table of Contents

Who We Are • 4
Report from the Chair • 6
Board, Committees & Staff • 8
Report from the Executive Director • 10
About Us • 12
Corporate Social Responsibility • 13
Strategic Planning • 14
What We Do • 18
Animal Care • 20
Antimicrobial Use • 21
On-Farm Food Safety • 23
Poultry Research • 24
26 • How We Do It
28 • Differential Growth
29 • Market Watch
35 • Monitoring & Enforcement
36 • What Matters to Us
38 • Government Relations
40 • Spent Fowl
41 • International Trade
44 • Outreach & Communications
48 • Public Relations
50 • Auditor's Report & Financials

Chicken Farmers of Canada
Les Producteurs de poulet du Canada

Chicken Farmers of Canada
1007-350 Sparks Street, Ottawa, ON K1R 7S8
Tel: (613) 241-2800 Fax: (613) 241-5999
E-mail: CFC@chicken.ca Website: www.chicken.ca

Designed in-house. Printed by Tri-Co Evolution.



INTRODUCTION

Good for Canada

When it comes to farm animals, chickens aren't very large, but their impact on the Canadian economy is. With Canada's chicken industry benefiting both urban and rural economies from coast to coast, it's easy to see how chicken is a good choice for Canada.

Canada's chicken farmers are a stabilizing force in rural Canada, where they can – and do – reinvest with confidence in their communities, but their impact is much wider. In sum, we are part of Canada's economic solution, and do so without subsidies, and are very proud of both.

Good for Canadians

People care deeply about their food, about knowing where it comes from and that what they're serving to their family and friends is of the highest quality; our farmers and their families are no different. So when we say that the Canadian chicken industry is good for Canadians, it's because we know that we're raising our chickens to the highest standards: yours.

How do we know what those are? You've told us.

Canadians have told us that they want fresh, high-quality, locally-raised food from farmers that are committed to animal care, and Canada's chicken farmers are proud to deliver.

CHICKEN FARMERS OF CANADA DELIVERS FRESH, LOCALLY-RAISED FOOD

With chicken being raised year-round from coast to coast, in every province, Canadians are assured a steady supply of locally-raised chicken. Considering chicken is the #1 consumed meat in Canada, that's no mean feat!

CHICKEN FARMERS OF CANADA DELIVERS ON FOOD SAFETY

We are very proud to be the first agri-food sector to achieve full official government recognition – at the federal, provincial and territorial level – for our auditable on-farm food safety assurance program. We've also leveraged our supply management system to make the program mandatory in every province. 98% of Canadian chicken farmers are certified on the program.

CHICKEN FARMERS OF CANADA DELIVERS ON ANIMAL CARE

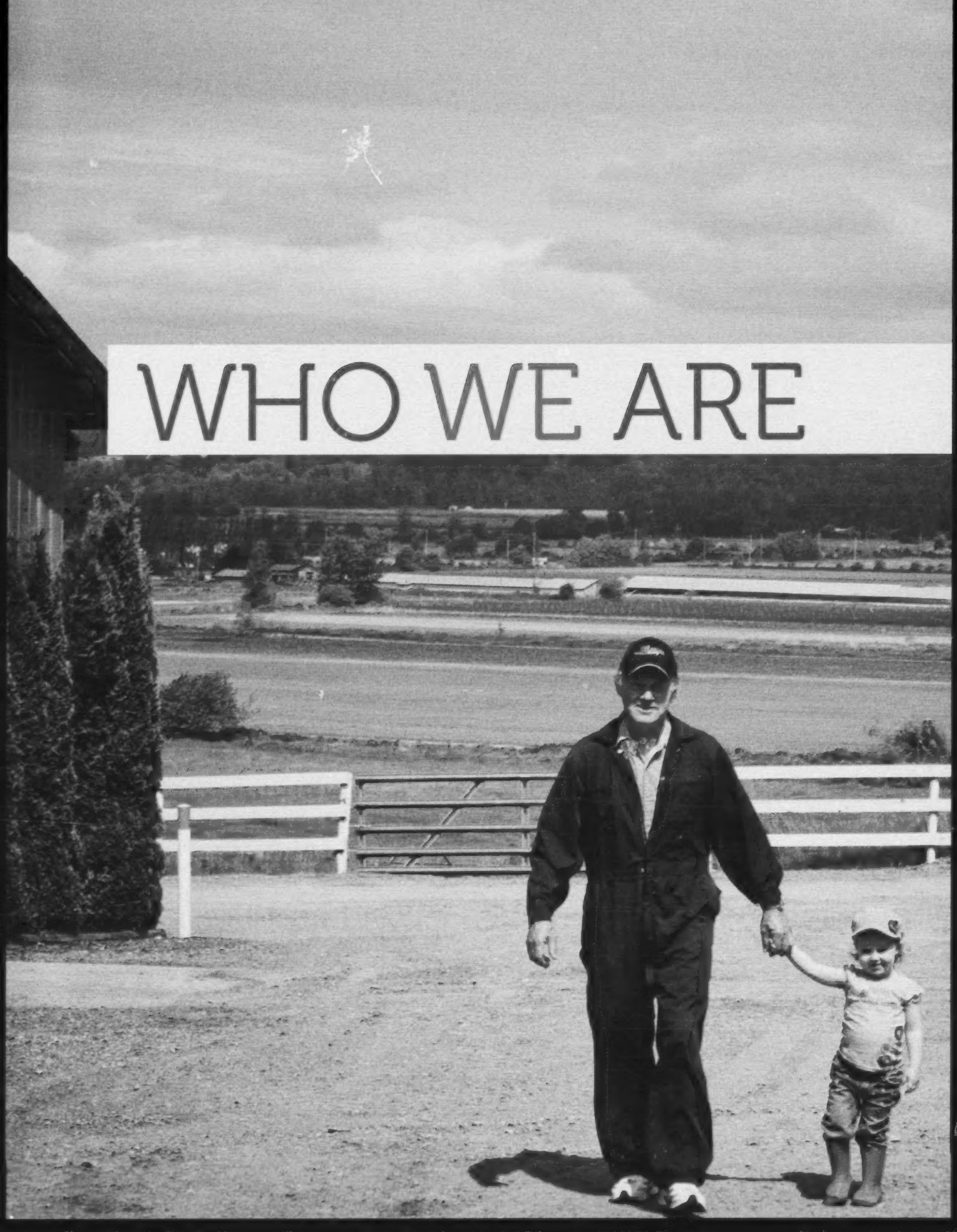
The Canadian chicken industry ensures that stringent regulations related to the care and handling of our birds are met and followed. Chicken Farmers of Canada in particular demonstrates this high level of care with an auditable Animal Care Program, and by participating in a national committee to further animal care programming in Canada.

THE CANADIAN CHICKEN INDUSTRY DELIVERS GREAT VALUE

Thanks to the stability provided by our supply management system, Canadians can count on a steady supply of fresh, high-quality Canadian chicken at reasonable prices. In fact, Canadians only spend about 10% of their disposable income for ALL of their food. It's important however to remember that chicken farmers don't set retail or restaurant prices and that they only receive a small of fraction of what consumers pay, about 10%; that's usually less than the tip a server receives.

CHICKEN FARMERS OF CANADA DELIVERS ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Though we work hard to ensure people across the country have access to a steady supply of chicken, we recognize that unfortunately not all Canadians can afford the shelter and food they need. Chicken Farmers of Canada tries to do its part by making regular donations – both in food and money – to food banks throughout Canada and also volunteers to collect and sort food. Over the past four years, we have donated almost $250,000 to food banks. ■


WHO WE ARE

Report from the Chair
Board, Committees & Staff
Report from the Executive Director
About Us
Corporate Social Responsibility
Strategic Planning

Good for Canada
Report from the Chair

Canada's chicken farmers are proud to raise the high-quality, fresh, Canadian chicken that we all love.

There's a reason we're Canada's favourite. Actually, there are many, many reasons and they range from our dedicated farmers to our on-farm programs that help us take good care of our birds. The main issues we faced in 2013 were differential growth, spent fowl and specialty production, but there are others that you will read about in the following pages as well.

On the policy front, Chicken Farmers of Canada were faced with several challenges throughout the year. Our allocation system, which continues to evolve, is an ongoing challenge for the organization, and the industry. Over the past year, we have been working hard and meeting regularly, to determine the future path for the Canadian chicken industry. There has been much progress made, but ultimately, the final pieces of the puzzle have yet to be put in place. We're not quite to the point where the industry needs to be. We're on the way, but the path is still full of pitfalls and speed bumps ahead.

We need to make the right decisions to maintain a strong and efficient Canadian chicken industry that continues to serve the Canadian consumer. We need to keep our house in order. One of our key deliverables for 2014 will be a long term allocation agreement that governs allocation setting and which resolves the issue of differential growth. We signed a six-period agreement to provide us with some stability and breathing room in order to come to that longer term agreement and in October a mediator was brought in.

Consumers love our product and chicken remains ahead of beef in per capita consumption. This first-place status could be affected by another challenge to our industry – spent fowl. Over the past few years, spent fowl imports have been increasing and displaced actual Canadian production to the tune of 97 million kilograms in 2013 which represents nearly $600-million in GDP contributions.

That's about 10% of Canadian chicken production and almost 9,000 displaced jobs as well.

We're a driving force in the Canadian economy; our 2,700 chicken farmers and 185 processors generate employment, wealth, and help sustain agricultural communities in every province across the country.

There's a reason we're Canada's favourite.

Specifically, the industry:

- sustains 56,000 jobs
- contributes $6.5 billion to Canada's Gross Domestic Product
- pays $1.3 billion in taxes (instead of seeking taxpayer money through subsidies)
- purchases 2.4 million tons of feed, supporting other farmers in turn

We worked hand-in-hand with many different parts of the government in 2013, the issue is a complicated one and many departments are involved. We met with Public Safety, the department responsible for Canadian Border Services, Agriculture and Agri-Food Canada, Health Canada, the department responsible for the Canadian Food Inspection Agency, Finance, and International Trade.

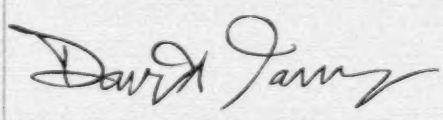
A big thank you goes out to Agriculture Minister Gerry Ritz for spearheading the efforts to resolve this contentious issue. He has been diligent in his leadership efforts to find and implement solutions, and along with his fellow ministers has been supportive of the Canadian chicken industry's goals of identifying and eliminating all of the illegal spent fowl imports.

Having strong government support is important when policy discussions are held and I'd like to take this opportunity to thank Minister Ritz and the Minister of International Trade, Ed Fast, for their unwavering support of the Canadian chicken industry and supply management, both domestically and internationally.

Specialty production, another of the major policy concerns in 2013 and one which demonstrates our responsiveness to market and consumer demand, was completed in November and a new specialty production policy was put into effect. Definitions for specialty chicken and federal specialty chicken quota, along with a series of conditions applicable to the specialty chicken license to be held by applicants were added to the pertaining regulations.

I'd like to thank my fellow Executive Committee members, along with the rest of the Board, for all the hard work, dedication, and extra efforts that were called for in 2013, and delivered.

Along the way, the Board and Executive received a high level of great support from staff in order to make sure we had the information we needed, the support we needed, and the expertise we needed to make informed, accurate decisions at the Board table. Led by Mike Dungate, the staff at Chicken Farmers of Canada are a big reason for our successes and should be commended for their efforts in helping to make chicken a good choice for Canada. ■



Dave Janzen, Chair

BOARD OF DIRECTORS

Dave Janzen
(British Columbia)

Reg Cliche
(Canadian Poultry and Egg Processors Council)

Yvon Cyr
(New Brunswick)

Martin Dufresne
(Quebec)

Vernon Froese
(Manitoba)

Luc Gagnon
(CPEPC)

Matthew Harvie
(Nova Scotia)

Ian Hesketh
(Further Poultry Processors Association of Canada)

David Hyink
(Alberta)

Derek Janzen
(British Columbia)

Rudy Martinka
(Saskatchewan)

Ed O'Reilly
(Newfoundland & Labrador)

Adrian Rehorst
(Ontario)

Barry Uyterlinde
(Prince Edward Island)

Peter Vale
(Canadian Restaurant and Foodservices Association)

COMMITTEES

Executive:

Chair – Dave Janzen
1st Vice Chair – Adrian Rehorst
2nd Vice Chair – Martin Dufresne
Member at Large – Yvon Cyr

Finance:

Chair – Barry Uyterlinde
Derek Janzen
Peter Vale

Consumer Relations:

Chair – Adrian Rehorst
Matthew Harvie
Lucy McKee

Policy:

Chair – Yvon Cyr
Martin Dufresne
Vernon Froese
Luc Gagnon
Ian Hesketh

Production:

Chair – Reg Cliche
Paul Cook
Benoit Fontaine (QC alternate)
David Hyink
Tim Klompmaker (ON alternate)

Representatives

Canadian Federation of Agriculture (CFA): Derek Janzen

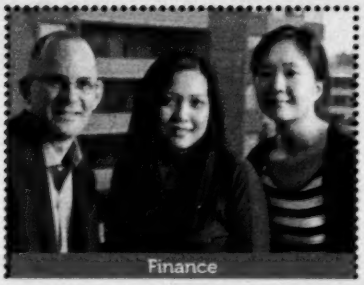
Canadian Poultry Research Council (CPRC): Ed O'Reilly

National Farm Animal Care Council (NFACC): Tim Klompmaker

National Farmed Animal Health and Welfare Council (NFAHW): David Hyink

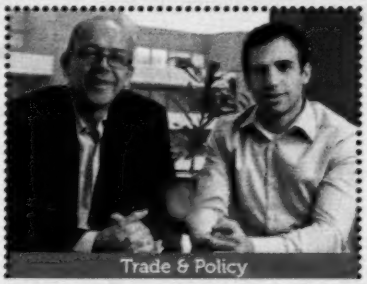
STAFF

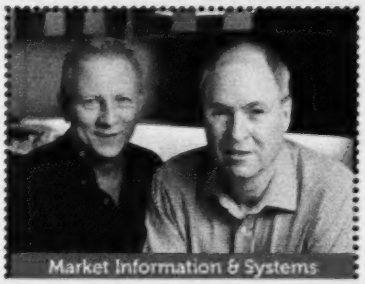
Executive


Finance

Administration & Human Resources

Communications


Trade & Policy


Market Information & Systems

Food Safety, Animal Care & Research

Executive

Stéphanie Turple, Executive Assistant

Lise Newton, Senior Government Relations Advisor

Mike Dungate, Executive Director

Finance

Michael Laliberté, Director of Operations

Maria Elena Baisas, Bookkeeper

Jae Yung Chung, Senior Financial Officer

Lori Piché*, Compliance Officer (maternity leave)

Administration & Human Resources

Paula Doucette, Manager of Administration & Human Resources

Rebecca Derry, Meeting & Recording Coordinator

Isabelle Dean, Administration Coordinator

Dally-Diane Nzinahora, Translation Coordinator

Lisa Riopelle, HR/Administrative Coordinator

Communications

Marty Brett, Senior Communications Officer

Elyse Ferland, Communications Officer

Alex Latus, Public Relations Officer

Stephanie St.Pierre, Graphic Designer

Lisa Bishop-Spencer, Manager of Communications

Gail Lush*, Health Communications Officer

Trade & Policy

Yves Ruel, Manager of Trade & Policy

Nico Tavchandjian, Trade & Policy Analyst

Market Information & Systems

Jan Rus, Manager of Market Information & Systems

Denis Nadeau, Business Systems Analyst

Erin Danielson*, Market Analyst

Food Safety, Animal Care & Research

Steve Leech, National Program Manager

Caroline Wilson, OFFSAP Coordinator

Jennifer Gardner, Animal Care & Research Coordinator

*Absent from photo

Good for Canadians

Report from the Executive Director

Canadian-grown chicken is not only good for Canada, but it is good for Canadians as well.

Canada's chicken farmers take pride in being forward looking. In 2013, CFC Directors approved a 5-year strategic plan with a vision to grow consumer demand for Canadian-grown chicken. This growth will be driven by a clear focus on the needs of customers and consumers. Canadians have made it clear; they want to know where their food comes from, how it's raised, and what goes into it.

Canadian chicken farmers understand that if they want to maintain the confidence of Canadians they need to be on the leading edge of embracing change. In 2013, we once again proved that we are up to the task.

In March, Minister Ritz announced that CFC was the first national organization to achieve full official government recognition – at the federal, provincial and territorial level – for our auditable on-farm food safety assurance program. Provincial boards levered their supply management regulations to make the program mandatory in every province and 98% of Canadian chicken farmers are certified on the program.

In July, CFC Directors approved an antimicrobial reduction strategy that includes the elimination of the preventative use of Category 1 antibiotics on Canadian chicken farms.

In November, CFC Directors approved a new specialty production policy to better serve non-mainstream markets and differing consumer preferences.

In December, with the completion of the phase-in of the density requirements, CFC fully implemented its animal care program. Almost 95% of chicken farmers are now certified on the program.

Throughout the year, CFC and provincial boards expended an incredible amount of time and resources to modify our allocation system to ensure that Canadians from coast to coast have a steady supply of fresh, high quality Canadian-grown chicken all year-round.

Canadians have told us they want chicken raised to the

Canadian chicken farmers understand that if they want to maintain the confidence of Canadians they need to be on the leading edge of embracing change.

highest standards – and most of all – they want it to be Canadian! This points to the need for more awareness on where our chicken comes from. To this end CFC Directors approved the development of a branding strategy that will be launched in 2014.

Embracing change is not always easy. For example, are we eliminating preventative use of Category 1 antibiotics because it's easier – no; because it's cheaper – no; we are doing it because it is the right thing to do. We are conducting research. We are understanding the science. But we are not hiding behind the science. We are taking action.

This is the positive story that we need to tell much better. Supply management has always had its critics, but recent media and online coverage has been sustained by hyperbole and invalid arguments. These myths and fallacies are detrimental to our relations with Canadians.

Canadian chicken farmers take pride in what they do, in the contributions they make to their local communities and to Canada as a whole. Canadians can count on a steady supply of fresh, high-quality Canadian chicken at reasonable prices thanks to the stability provided by our supply management system.

At the same time, while our farmers earn their livelihoods from the marketplace, they don't set the prices you pay for the product in grocery stores or restaurant. They only receive a small fraction of what consumers pay, about 10%; and that's usually less than the tip a server receives.

With a new strategic plan, a proactive and responsible Board of Directors led by Dave Janzen, and dedicated staff, Chicken Farmers of Canada is poised to enter the new year with a new vision, an invigorated mission, and a focus to on consumers so that we can keep proving that we are not only good for Canada, but good for Canadians as well. ■

Mike Dungate, Executive Director

ABOUT US

Our Mandate

Chicken Farmers of Canada has two primary mandates. Our main responsibility is to ensure that our 2,700 farmers produce the right amount of fresh, safe, high-quality chicken to meet Canada's needs. To do so, farmers, processors, further processors and members of the restaurant trade from across the country meet every eight weeks to decide, based on market demand, just how much chicken to raise. This evolving risk management system we operate under is commonly known as "supply management". As part of the system, Chicken Farmers of Canada also monitors compliance with provincial quota allocations – making sure each province raises as much chicken as they agreed to – and the inter-provincial or market development trade of chicken.

OUR VISION: To grow consumer demand for Canadian-grown chicken.

OUR MISSION: On behalf of Canadian chicken farmers, lead and drive the improved efficiency of chicken farmers and the Canadian chicken industry to better serve consumers, and to ensure that chicken continues to be the leading protein preference of Canadians.

Our second responsibility is to represent the interests of chicken farmers and the Canadian chicken industry. Chicken Farmers of Canada plays a key role in developing, partnering or managing programs for Canada's chicken farmers that prove our producers continue to grow the high quality chicken that Canadians trust. Through programs such as our On-Farm Food Safety Assurance, Animal Care and other biosecurity initiatives, Chicken Farmers of Canada works closely with government partners and industry stakeholders to keep the industry innovative and responsive. Through our government relations program, Chicken Farmers of Canada strives to ensure that key decision makers in government fully understand the views of Canada's chicken farmers and that these are taken into account when important agriculture and trade policy decisions are made.

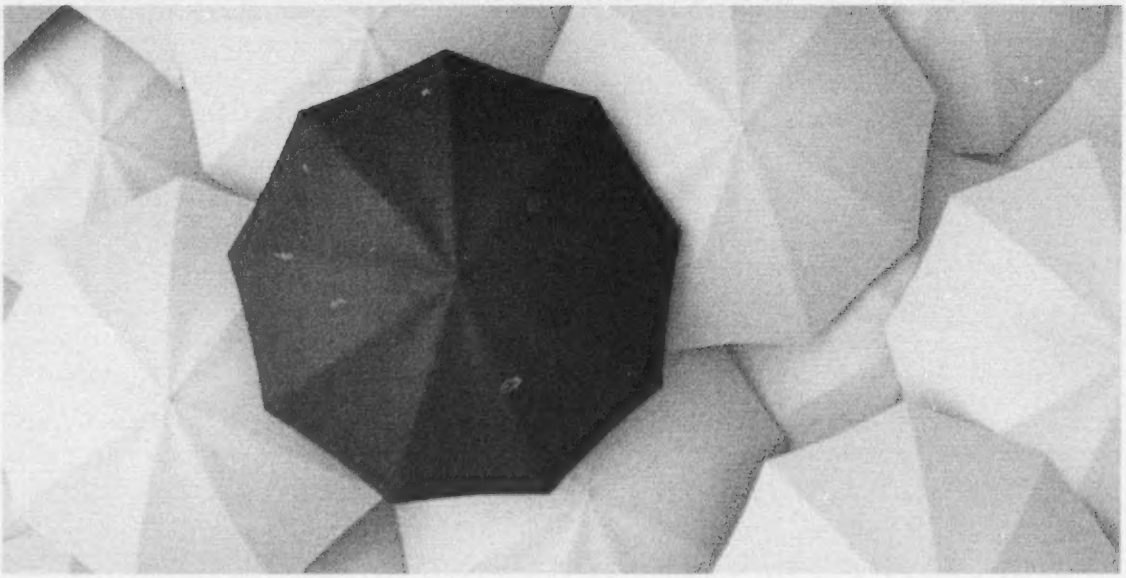
Our Board

Our directions and policies are determined by a 15-member Board of Directors comprised of farmers appointed by the provincial chicken marketing boards. Non-farmer directors – one from the restaurant industry, another from the further processing industry, and two representing the processing industry – are appointed by their respective national associations. This way, Chicken Farmers of Canada and its stakeholders work together on behalf of Canada's chicken industry, from farmer to consumer.

5-Year Strategic Plan and Guiding Principles

The implementation of the 2014–2018 strategic plan is guided by the following principles:

1. Promote profitable innovation and expansion of the Canadian chicken industry and the demand for its products.
2. Leverage its leadership position and enhance its capacity to seize every opportunity to improve efficiency throughout the value chain.
3. Identify and respond to consumer expectations for value, food safety and quality, and social values for animal care, and the environment.
4. Build transparency and accountability in a sustainable and dynamic supply management system.
5. Continuously improve the supply management system to reflect a changing marketplace, while preserving its fundamental values, pillars and principles for the benefit of farmers, stakeholders, and consumers. ■



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Chicken Farmers of Canada believes firmly that it's important to give back to the community and deliver a strong message of support to those that are less fortunate.

We believe that every Canadian should have access to a healthy source of protein. We believe that it's important to support those who need it. And we believe that we can make a contribution to help.

We have been proud partners and supporters of the Ottawa Food Bank since 2007 and continue to find new ways to work together in the combat against hunger in the capital. Each year, through proceeds from the Canada Day Great Canadian Chicken BBQ, a food drive, as well as staff donations, we continue to support the mission of the Ottawa Food Bank.

Chicken Farmers of Canada's annual *Chicken Challenge* food donation program provided nearly $50,000 worth of frozen chicken products to the Ottawa Food Bank in 2013. This was the fourth successful year of the program which solicits bids for frozen chicken products from a Canadian processor to be donated to the food bank. From time to time, other donations are sought and obtained in support of the program.

In addition, $4,867 was collected through staff donations and 50% matching Chicken Farmers of Canada donations. Proceeds from the sale of chicken sandwiches and salads at the *Great Canadian Chicken Barbecue* and additional donations collected on Canada Day, totaling $4,147, were also given to the food bank: a total of $58,924 from all programs for the year.

This brings the total contribution to the food bank since 2007 to $258,000.

Over the course of the year, Chicken Farmers of Canada has given $8,000 in donations to support the Canadian Red Cross effort for families devastated by typhoon Haiyan, the Canadian Museum of Agriculture's Fill-a-bus program, the Easter Seals' Dropzone, Morguard's Golfing for Children's Charities and Welch's Legacy Foundation soccer tournament. ■

STRATEGIC PLANNING

Chicken Farmers of Canada adheres to a rigorous strategic planning process to provide the Canadian chicken industry with clear, common goals for the coming year – and for the future – ensuring a solid direction and purpose for all industry stakeholders.

2013 was the final year of the previous Chicken Farmers of Canada (CFC) five-year strategic plan, and a portion of the year was spent on developing the new strategic plan that was created by the Five-year Strategic Planning Steering Committee.

Development of CFC's next five-year strategic plan (2014–2018)

The Strategic Planning Steering Committee met twice in 2012 with two additional meetings in 2013. CFC expresses its sincere appreciation for the contributions and commitment of the committee members:

- Claude Aubé (Metro)
- Craig Evans (Granny's Poultry)
- Dave Janzen (Chicken Farmers of Canada Chair)
- Jeff McDowell (Sofina Foods)
- Laurent Mercier, Jr. (Quebec Producer)
- Blair Shier (J.D. Sweid)
- Peter Trenholm (Nova Scotia Producer)
- Henry Zantingh (CFO Chair)

The committee tested its proposed plan with more than 50 industry and government stakeholders in April. Based on that feedback, the committee submitted its recommended plan to the Chicken Farmers of Canada Board of Directors in May. CFC members reviewed the plan, made a few adjustments, and CFC Directors approved the plan for implementation in July. The new five-year strategic plan (2014–2018) is themed "Grow! Sell! Eat! ... more chicken!" with a vision "To grow consumer demand for Canadian-grown chicken."

THE MISSION IS DEFINED AS:

"On behalf of Canadian chicken farmers, lead and drive the improved efficiency of chicken farmers and the Canadian chicken industry to better serve consumers, and to ensure that chicken continues to be the leading protein preference of Canadians."

Annual Strategic Planning Exercise

Chicken Farmers of Canada also has an annual strategic planning process that involves the entire Board of Directors along with the Executive Management Team, which strives to make informed decisions in order to guide the Canadian chicken industry towards a strong and prosperous future. Each year, the previous year's successes are celebrated and the group meets to set priorities for the next. The 2014 strategic planning meeting was held in Toronto at the BMO Institute for Learning. In 2013 there was a particular focus on governance issues, while the bulk of the meeting was focused on designing strategies for 2014 that correspond with the priorities stated in the new five-year strategic plan (2014–2018).

CFC Directors identified the following priorities for 2014:

Critical Priority Issues

ANTIMICROBIAL USE

- Advancement of CFC's position regarding regulatory modernization (ongoing)
- Advancement by all stakeholders of the antimicrobial use strategic plan objectives as presented in the industry AMU strategy (ongoing)
- Collaboration with CIPARS surveillance activities (ongoing)
- Communication to consumers regarding AMU (ongoing)
- Implementation of CFC's antimicrobial use surveillance program (January 2014)
- Implementation of the poultry industry's Category I policy (May 2014)
- Increased farmer awareness of AMU and AMR (ongoing)

ALLOCATION SETTING

- A long term allocation agreement (July 2014)
- Assessment of the merits of setting the allocation on a more efficient frequency (November 2014)
- Setting of a medium term growth target for A-127 to A-132 (June-July 2014)

SPENT FOWL

- A whole-of-Government approach to stop the erosion of Canadian chicken production and processing resulting from spent fowl imports (ongoing)
- An appropriate classification of chicken/spent fowl blended products (ongoing)
- Canadian regulations requiring distinct labeling for products containing spent fowl. (ongoing)
- Development of tests to distinguish spent fowl from broiler meat (ongoing)
- Increased verification of DFATD's Import to Re-Export Program (IREP) and CBSA's Duty Relief Program (DRP) to ensure no spent fowl is re-exported under these programs (ongoing)

High Priority Issues

BRANDING STRATEGY IMPLEMENTATION

- Development and delivery of the marketing plan to support the brand (ongoing)
- Finalized brand claim and logo (January 2014)
- Retailer launch of the brand (June/July 2014)

GOVERNANCE

- A proactive professional development plan to enhance the capacity and effectiveness of CFC Directors, Alternates and staff (ongoing)
- A revamped Governance section on the CFC SharePoint and Extranet sites (March 2014)
- A review of CFC's Code of Conduct and conflict of interest disclosure and compliance for Directors, Alternates and staff (ongoing)
- A revised CFC governance culture (March 2014)
- A revised reporting and communication plan regarding progress on strategic plan priorities (ongoing)

GOVERNMENT RELATIONS STRATEGY

- Enhance CFC's capacity to deliver its government relations strategy in a coordinated and timely manner to all levels of government across the country (ongoing)
- Raise the profile of CFC and awareness of its key issues amongst elected officials and key decision makers (ongoing)
- Strengthen relationships with MPs in order to maintain and secure strong support for Canadian chicken farmers, supply management and CFC's key issues across all parties – with emphasis on urban MPs (ongoing)

IMPORT CONTROLS

- An Import to Re-Export Program (IREP) administered by the Department of Foreign Affairs, Trade and Development (DFATD) that does not create distortions on the domestic market (ongoing)
- Elimination of the Duty Relief Program for chicken products administered by the Canadian Border Services Agency (CBSA) (ongoing)
- Long-term TRQ allocation methodology that supports CFC's objectives (ongoing)

PUBLIC RELATIONS STRATEGY

- Implementation of tactics to deliver on CFC's public relations goals (ongoing)
- Infrastructure to achieve CFC's public relations goals (ongoing)

REGIONAL, BILATERAL AND WTO NEGOTIATIONS

- An active Call for Coherence coalition (ongoing)
- Analysis of the potential impacts and evaluation of options resulting from key WTO and Regional/Bilateral proposals (CFC Executive Committee on a confidential basis only) (ongoing)
- Regional/Bilateral and WTO trade agreements that maintain the integrity of the chicken import pillar (ongoing)
- SM-5 and chicken industry collaboration to enhance influence on WTO trade issues and bilateral and regional trade agreements (ongoing)
- Timely communication to CFC members on trade negotiations (ongoing)

Medium Priority Issues

ANIMAL CARE

- Assessment of possible supply-chain wide animal care audit criteria (ongoing)
- Consistent implementation of the CFC Animal Care Program across the country (ongoing)
- Cooperation with CFIA on animal care issues (ongoing)
- Leadership in the National Farmed Animal Health and Welfare Council (NFAHWC) and the National Farm Animal Care Council (NFACC) (ongoing)
- Leadership in the revision process for the Code of Practice for Chickens, Turkeys and Breeders (ongoing)

CONSUMER RELATIONS STRATEGY

Online Component

- A Digital/ Online strategy that includes a series of marketing and online initiatives, promotes the new brand and increases visitor conversion (from website viewer to website user) rates
- Digital activities that provide tools and references for consumers, most notably the How-To Video production for digital use, with 10 new videos to be produced and promoted in 2014
- Implementation of a social media strategy, built upon existing programming that promotes the new CFC brand and engages our primary consumer (women and mothers)

Outreach Component

- An annotated bibliography of peer-reviewed articles
- Enhanced health information on chicken.ca
- Information packages for health professionals and consumers
- Monthly online chicken health chats
- Participation at health professional trade shows and conferences
- Two new nutrition factsheets

FACT-BASED LIVE PRICES

- Fact-based live prices (ongoing)

FOOD SAFETY

- Distribution and implementation of the revised OFFSAP farmer manual (May 2014)
- Involvement in national-level food safety and traceability initiatives (ongoing)
- Leadership in national-level pathogen reduction initiatives (ongoing)
- Maintenance of full OFFSAP recognition by federal, provincial and territorial governments (ongoing)

RESEARCH

- Funding of research projects that meet the needs of Canadian chicken farmers (ongoing)
- Pilot a request for proposal process to focus research on a specific CFC research need (April 2014)

Low Priority Issues

BENCHMARKING

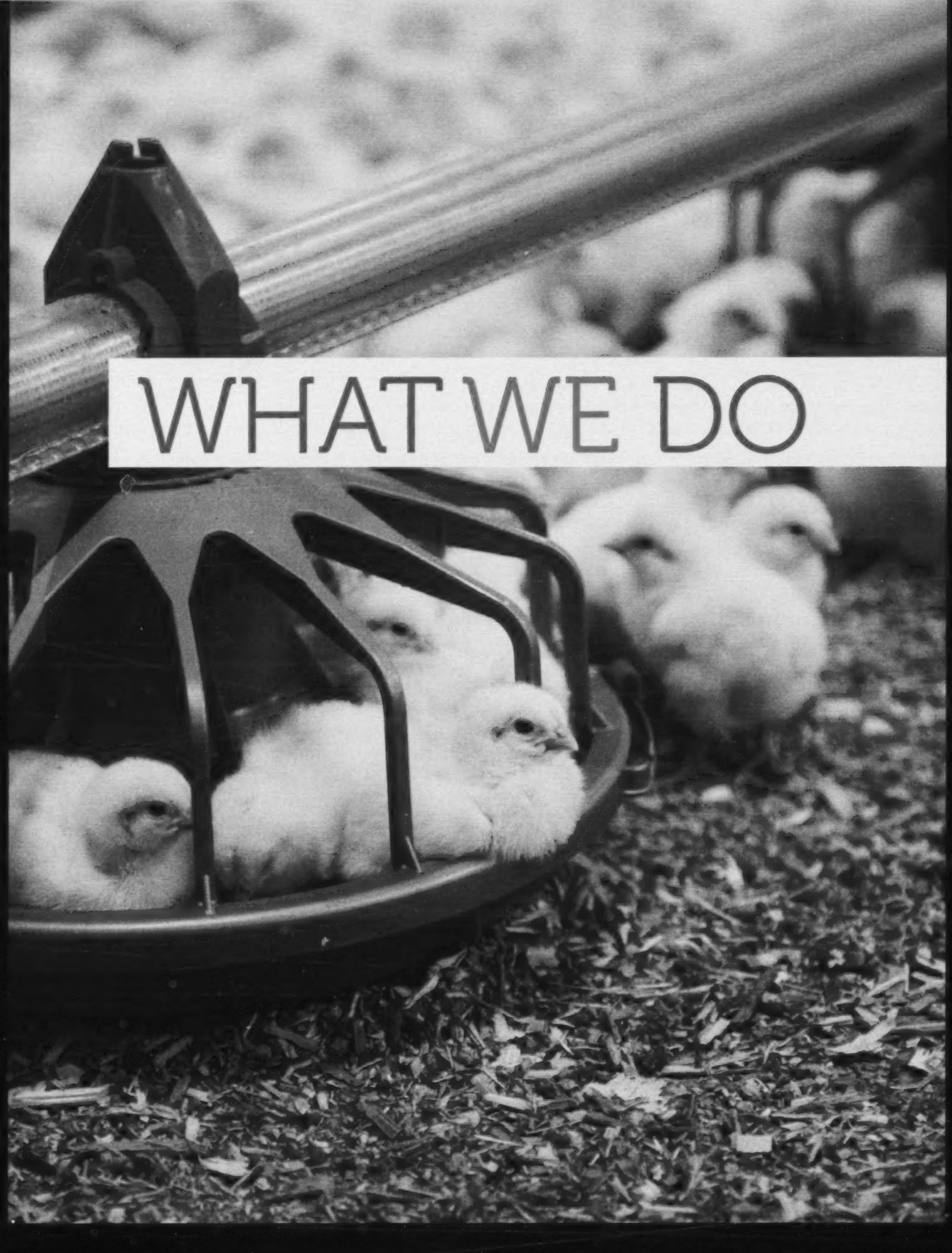
- Producer benchmarking (October 2014)

CANADA'S SWIM TEAM PARTNERSHIP

- Swimming Canada will be responsible for the bulk of the execution of initiatives within the partnership. CFC will provide materials to Swimming Canada as required for use within specific campaigns, including ads and graphics, branded prizes, recipe booklets, content and content approval. CFC will promote initiatives heavily within its own networks and programming (ongoing)

PROMOTION RESEARCH AGENCY

- An operational Promotion Research Agency (November 2015)
- Confirm the legal and organizational viability of a Part III Promotion Research Agency (PRA) with mandate extending to imports (April 2014)
- Submission and hearing supporting the establishment of a Promotion Research Agency (November 2014) ■



WHAT WE DO

Animal Care
Antimicrobial Use
On-Farm Food Safety
Poultry Research

ANIMAL CARE

Canadians have demonstrated their interest in being able to purchase fresh, high-quality, Canadian-grown chicken and Chicken Farmers of Canada has responded.

Over the past few years, we have researched, developed, and implemented an auditable program for our birds that responds to the interest and concerns of Canadians.

CFC's Animal Care Program (ACP), is designed to demonstrate the high level and standards of the Canadian chicken industry's on-farm animal care. The program is based on the Canadian *Recommended Code of Practice for the Care and Handling of Chickens, Turkeys and Breeders from Hatchery to Processing Plant.* This Code was last published in 2003 and is currently under review – a process which began back in 2011.

Farmers are audited annually to the standards and regulations of the ACP in order to assess the implementation of the program and determine if the mandatory requirements of the program are being maintained. These include requirements for air and litter quality, lighting, density, and animal health.

Almost all farms have been audited and 95% of farmers are now certified on the program.

In addition, the ACP has now been made mandatory by eight provincial boards (BC, AB, SK, MB, ON, NS, NB and PEI).

A memorandum of understanding (MOU) for the implementation and maintenance of the ACP was signed by Chicken Farmers of Canada and all 10 provincial boards at the 2012 summer meeting in Winnipeg, Manitoba. This continues to guide the implementation process as the goal is to have all farms certified from coast to coast.

Almost all farms have been audited and 95% of farmers are now certified on the program.

The 5-year phase-in period for stocking density ended on December 1, 2013. As such, farmers will need to be compliant with the stocking density requirements of the program in order to attain or maintain certification on the program. These requirements are part of the ACP's MOU signed in 2012.

The national program was developed and is maintained by Chicken Farmers of Canada while the provinces are responsible for the program's delivery, certification, and enforcement. Audits for the ACP have been combined with those for the on-farm food safety assurance program (OFFSAP) for efficiency.

Over 40 stakeholder organizations were consulted during the ACP development process and, to date, support for the implementation of the program has come from: the Canadian Federation of Humane Societies, the Canadian Veterinary Medical Association, the Canadian Poultry and Egg Processors Council, the Further Poultry Processors Association of Canada, the Canadian Federation of Independent Grocers and the Canadian Restaurant and Foodservice Association.

On May 30th, Chicken Farmers of Canada appeared before the House of Commons Standing Committee on Agriculture and Agri-Food on animal welfare. The presentation and submission focused on our Animal Care Program, industry collaboration to ensure animal welfare throughout the chicken supply chain, and the renewal of government regulations. Chicken Farmers of Canada took the opportunity to offer the following recommendations for consideration by the committee:

- Government support and recognition for industry-developed Animal Care Programs
- Financial support for the National Farm Animal Care Council as the

organization leading the national discussion on animal care, including financial support via *Growing Forward 2* for the continued development of the Codes of Practice

- Government support for animal care research and researchers as this leads to innovation, commercialization and increased competitiveness within the sector
- Revised Transportation Regulations of the Health of Animals Regulations, beginning with a full stakeholder consultation, to better reflect specific species differences and ensure fairness and consistency of enforcement by CFIA

Code of Practice Update

The Code of Practice Review, begun in 2011, has now completed the Scientific Committee stage and their report has been peer reviewed. The Code Development Committee has taken over and has begun the writing process which will continue into 2014. The result of this process will be a Code that is scientifically informed, practical, and reflects societal expectations for responsible farm animal care. Chicken Farmers of Canada has been actively involved in both processes and is being represented by Vernon Froese (Manitoba) as the Code Development Committee Chair, and Tim Klompmaker (Ontario alternate) sits on the committee as well.

Other Committees

Chicken Farmers of Canada is also involved in the National Farm Animal Care Council (NFACC) and the National Farmed Animal Health and Welfare Council (NFAHWC). Tim Klompmaker and David Hyink (Alberta) are the representatives.

In 2013, NFACC concluded work on its Animal Care Assessment Framework which is now being finalized. This framework is a new mechanism which will be used to demonstrate that the national Codes of Practice are being followed in order to build confidence throughout the value chain. Its goal is to enhance transparency and thus the legitimacy and credibility of assessment programs developed according to the framework. It is based on a cooperative approach to animal care and will include resources to help develop or revise animal care programs. There are 14 members on the committee representing farm organizations, grocers, governments, the scientific community, and humane societies.

The NFAHW Council held its 3rd Annual Forum at the end of the year. The Forum discussed Antimicrobial Use and Resistance, Surveillance, Animal Welfare, NFACC, and Emerging Issues. Over 100 stakeholders took part at the two-day session held in Ottawa December 3 and 4, 2013. One of the goals of the session was to review and provide valuable feedback on the proposed governance model and strategic plan that will be instrumental in shaping how Council moves forward. A governance report is anticipated in early 2014. ■

ANTIMICROBIAL USE

Canada's chicken farmers continue to evolve their production practices in response to consumer preferences.

Canadians want to know more about where their food comes from, what's in it, how chickens are raised, and details about medicine used on farm or throughout the grow-out period. Chicken Farmers of Canada has delivered by developing and implementing an antimicrobial use strategy.

The objective of CFC's antimicrobial use (AMU) strategy is to control, monitor and reduce AMU in the chicken industry in order to preserve effective treatment options. The intent is that the initiatives undertaken as part of this strategy will provide the needed confidence to consumers and to governments that AMU in the chicken industry is responsible.

CFC developed the strategy in conjunction with all industry stakeholders - the strategy was supported by the Animal Nutrition Association of Canada, the Canadian Hatchery Federation, the Canadian Hatching Egg Producers, the Canadian Poultry and Egg Processors Council, Turkey Farmers of Canada, and the Canadian Association of Poultry Veterinarians.

Elements of the strategy include:

- defining antimicrobial use and analyzing antimicrobial resistance (AMR) trends
- reviewing best management practices
- ensuring effective controls of AMU in Canada
- educating stakeholders on the issues of AMU and AMR
- research and availability of alternative products

CFC has tackled each of these elements with different initiatives in 2013.

CFC works in collaboration with the federal government to monitor antimicrobial use and resistance patterns on Canadian chicken farms. The Public Health Agency of Canada's Canadian Integrated Program for Antimicrobial Resistance Surveillance (CIPARS), with Chicken Farmers of Canada support, has initiated on-farm surveillance of AMU and AMR to further our knowledge of use and resistance within the sector.

This on-farm surveillance component monitors antibiotic usage and antibiotic resistance levels on Canadian chicken farms which will help to develop antimicrobial use baseline levels and to determine future antibiotic use and resistance policies. This 3rd party government surveillance, which is an extension of antimicrobial resistance surveillance at retail and processing, demonstrates to consumers and to government the significant priority that CFC places on this issue.

CFC has also been promoting information exchanges and discussions with CIPARS to review CIPARS data, to provide insight on interpretation of the data, and to provide a feedback mechanism to the poultry industry. Through these discussions greater knowledge is gained to help analyze mitigating measures and policy development.

The industry's reduction of antimicrobial use has concentrated on those antibiotics of most importance to human health. To achieve this, the chicken industry has approved a policy to eliminate the preventive use of Category I antibiotics. This policy was approved in July 2013 with an implementation deadline date of May 15, 2014 to allow time for a successful transition. Category I antibiotics are those considered by Health Canada to be those most important for use in human health.

This policy has been included as a requirement in the revised On-Farm Food Safety Assurance Program manual and the Flock Information Reporting Form (Flock Sheet) will be modified to act as a record keeping system for each flock processed. This reduction strategy is a significant step for industry and can provide confidence to consumers and government about responsible use by the Canadian chicken industry.

Responsible use guidelines have been developed to be able to clearly communicate the industry's position to industry stakeholders, governments and the public. These guidelines for antimicrobial use outline how antibiotics are used within the sectors, and the types of records that need to be maintained. The OFFSAP manual was reviewed in 2013 and amendments have been made to reflect these responsible use guidelines; all chicken farmers will have received a copy of these guidelines with the new version of the OFFSAP manual.

Stakeholder education is an important component of the AMU strategy. Antibiotic use is a shared responsibility between all stakeholders within the chicken sectors, and it is important that all members have a good knowledge of the issues surrounding antimicrobial use and resistance. To help bring information directly to farmers, education sessions were held in each province last year to further engage stakeholders and farmers in the issues of AMU and AMR and about CFC's Category I reduction strategy. Further awareness materials and tools will be developed in 2014.

The Canadian chicken industry is responding to consumer interests and these initiatives are important to provide confidence to consumers and to government about responsible antibiotic usage within the poultry sector. ■

ON-FARM FOOD SAFETY

Chicken Farmers of Canada is the first organization to have its national program receive full recognition from the federal, provincial and territorial (FPT) governments for the effective and consistent implementation of its On-Farm Food Safety Assurance Program that promotes the production of safe food at the farm level.

This achievement reflects CFC's leadership in on-farm food safety and the commitment of all chicken farmers to implement and maintain a comprehensive national on-farm food safety assurance program. Our success could not have been achieved without the active support and effort of all participants and stakeholders.

The recognition was formally announced at the Chicken Farmers of Canada Annual General Meeting in March 2013 by the Minister of Agriculture and Agri-Food, the Hon. Gerry Ritz. A ceremony was held and many of those that participated in the review and approval process were in attendance to celebrate the culmination of years of hard work.

"On behalf of the Harper Government I would like to congratulate the Chicken Farmers of Canada for the successful implementation of this food safety program," said Agriculture Minister Gerry Ritz. "By working together to improve the management of food safety risks at the farm level, we are strengthening Canada's food safety system."

"This is a major milestone for Chicken Farmers of Canada and a source of great pride in being the first commodity to receive this recognition," said Dave Janzen, our Chair. "This achievement and the program itself demonstrate our commitment to meeting the expectations of consumers for safe, quality, Canadian chicken."

To date, over 2,600 farmers (98% of producers) are certified under OFFSAP and are audited on an annual basis. In addition, all 10 provinces have leveraged their supply management regulations and policies to make the program mandatory.

OFFSAP emphasizes animal health, cleanliness and safety throughout each step of the production cycle, and follows strict biosecurity measures to protect animal health and prevent flock infections from outside sources. These mandatory rules govern chicken farms from coast to coast and include top-notch requirements for biosecurity, animal care, feed and water management and testing, along with all the record keeping necessary to prove that farmers are adhering to the process.

The OFFSAP manual is based on HACCP principles, a recognized approach that focuses on monitoring, controlling and preventing food safety risks. The program provides farmers with a means to address the potential food safety hazards that can occur on their farm.

Continual improvement is a key tenant of the OFFSAP management system. As part of this, a full review of the OFFSAP manual was conducted in 2013 based on

farmer feedback, science and government review. The outcome of this review was CFC's approval of a revised version of the OFFSAP manual with an implementation date of May 15, 2014.

Pathogen Reduction

In 2013, Chicken Farmers of Canada continued its participation in various government initiatives to reduce the prevalence of Salmonella and Campylobacter in chicken meat. These included the Pathogen Reduction Initiative and the Salmonella Enteritidis (SE) Working Group.

The Pathogen Reduction Initiative was started in 2012 to conduct a baseline study on four key pathogens in meat. These are Salmonella, Campylobacter, E. coli, and Listeria. The studies on Salmonella and Campylobacter are ongoing and aim to assess current pathogen levels, establish reduction targets, and identify and implement strategies to monitor and reduce pathogen levels. The baseline studies are the first step. Data gathered through the studies will support work to develop appropriate intervention measures at all points along the food chain, from farm to processing to retail.

The SE Working Group was formed in 2008 to share information among government stakeholders at the federal and provincial levels in order to identify sources of SE illnesses and to mitigate the risk to human health. Members of the SE Working Group include Agriculture and Agri-Food Canada, the Canadian Food Inspection Agency, and the Public Health Agency of Canada – which includes both CIPARS and C-EnterNet (now known as FoodNet Canada). CIPARS and FoodNet are both surveillance bodies. CIPARS monitors antimicrobial resistance and FoodNet monitors enteric (foodborne) diseases. The SE Working Group is developing a national strategy that will be finalized in 2014 to control poultry-related SE in Canada. This initiative dovetails with the Pathogen Reduction Initiative described above, and will also lead to discussion and potential implementation of further mitigation process within the industry. ■

POULTRY RESEARCH

Chicken Farmers of Canada's long-term commitment to research and innovation is one of the keys to the success of the chicken industry in Canada.

Research will allow our industry to grow as we look for ways to make our quality product even better and respond to evolving consumer preferences.

Chicken Farmers of Canada, along with the four other national poultry organizations, established the Canadian Poultry Research Council (CPRC) back in 2001 to foster innovation, science and education within poultry research. The Council was established with a mandate to create and implement programs for research and development that address current and future industry needs.

Ed O'Reilly, from Newfoundland & Labrador, is Chicken Farmers of Canada's representative on the CPRC Board of Directors. The annual contribution from Chicken Farmers of Canada to CPRC for research purposes is $200,000. Funding in 2013 was used to support the Agriculture and Agri-Food Poultry Research Cluster, including projects concerning antimicrobial use and resistance.

Chicken Farmers of Canada supported the founding of the Council, and each year funds projects that further the annual goals of the Canadian chicken industry. Projects that receive funding include the topics of microbiology, antibiotic use and replacements, food safety, animal care, poultry health, environmental concerns and diseases.

Since 2001, CPRC has allocated over $2.9 million to foster poultry research and these funds have been leveraged to over $14 million. The Chicken Farmers of Canada Research Fund – the revenue generated by this fund provides the annual contribution to CPRC – is approximately $5.6 million.

New Poultry Science Cluster Application

On behalf of the Canadian poultry industry, CPRC submitted an application to Agriculture and Agri-Food Canada for a new five-year Poultry Science Cluster under the recently announced AgriInnovation Program (AIP), which is part of the *Growing Forward 2* policy framework for Canada's agricultural and agri-food industry.

Minister Gerry Ritz announced on February 18, 2014 that CPRC's $5.7 million Poultry Science Cluster was approved, with $4 million being contributed by Agriculture and Agri-Food Canada. This Cluster has brought together a significant number of industry stakeholders and is significantly larger than the first three-year Science Cluster that ended March 31, 2013.

A "cluster" brings together multidisciplinary teams of scientists to solve complex problems and to create synergies in research efforts. It is a way to make the most of available resources and supports a strong business case for investing in Canadian poultry research. Pooling intellectual and financial resources to address issues of common interest is a powerful way to maximize the impact of our collective investment in research. CPRC's application is supported by a broad range of industry organizations and companies that have come together to provide resources to support the proposed research.

The research proposed within the Cluster application represents a consensus of needs by the poultry industry and reflects major industry priorities and research target outcomes identified in the *National Research Strategy for Canada's Poultry Sector* including Economic viability, Genetics, Food Safety, Animal Health Products, Poultry Health, Poultry Welfare, Environment, and Poultry Feedstuffs.

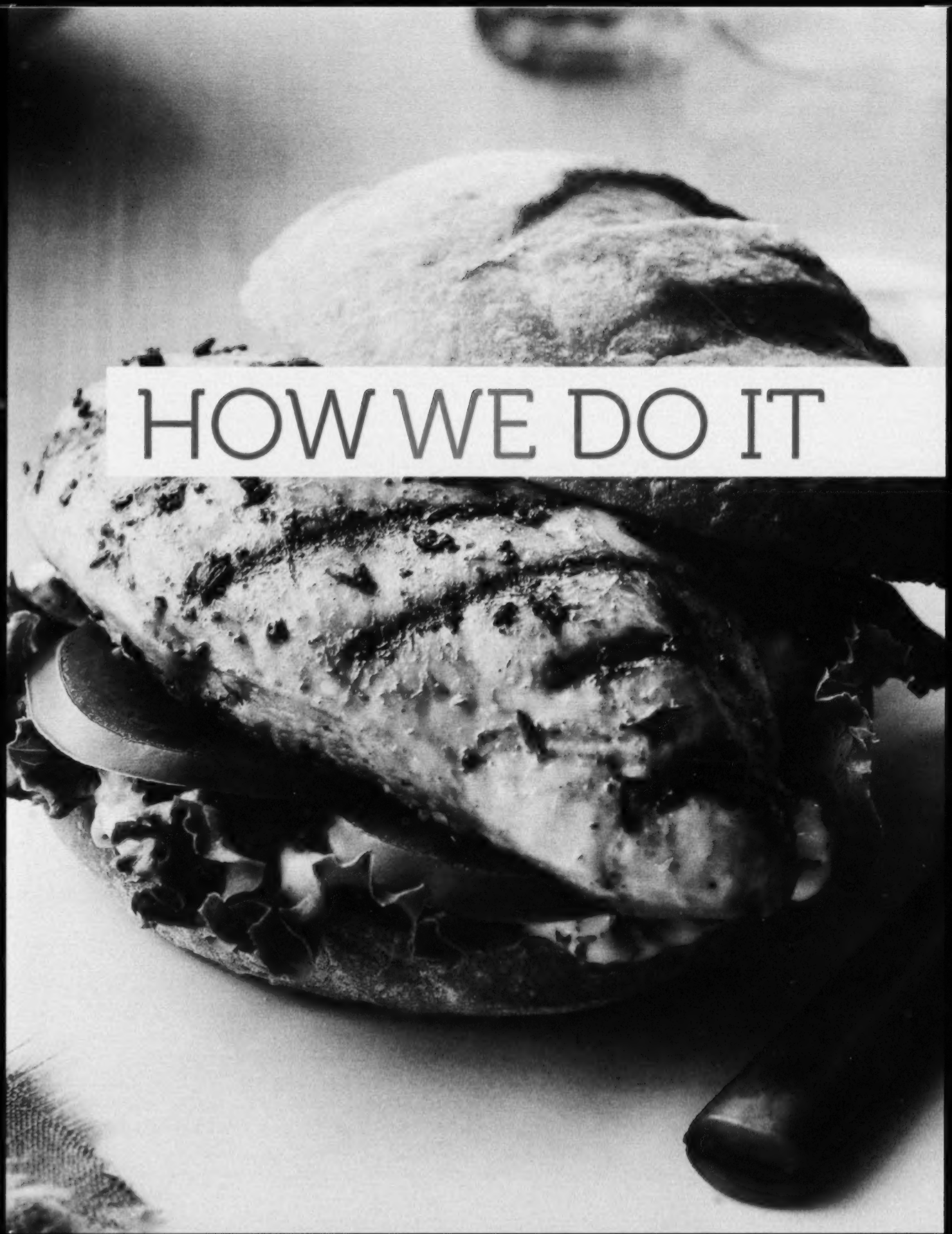
The Strategy was the result of in-depth consultation with producers, producer organizations, the research community (both government and university), and representatives of the poultry processing industry.

The application focuses on four themes, each encompassing several industry priorities:

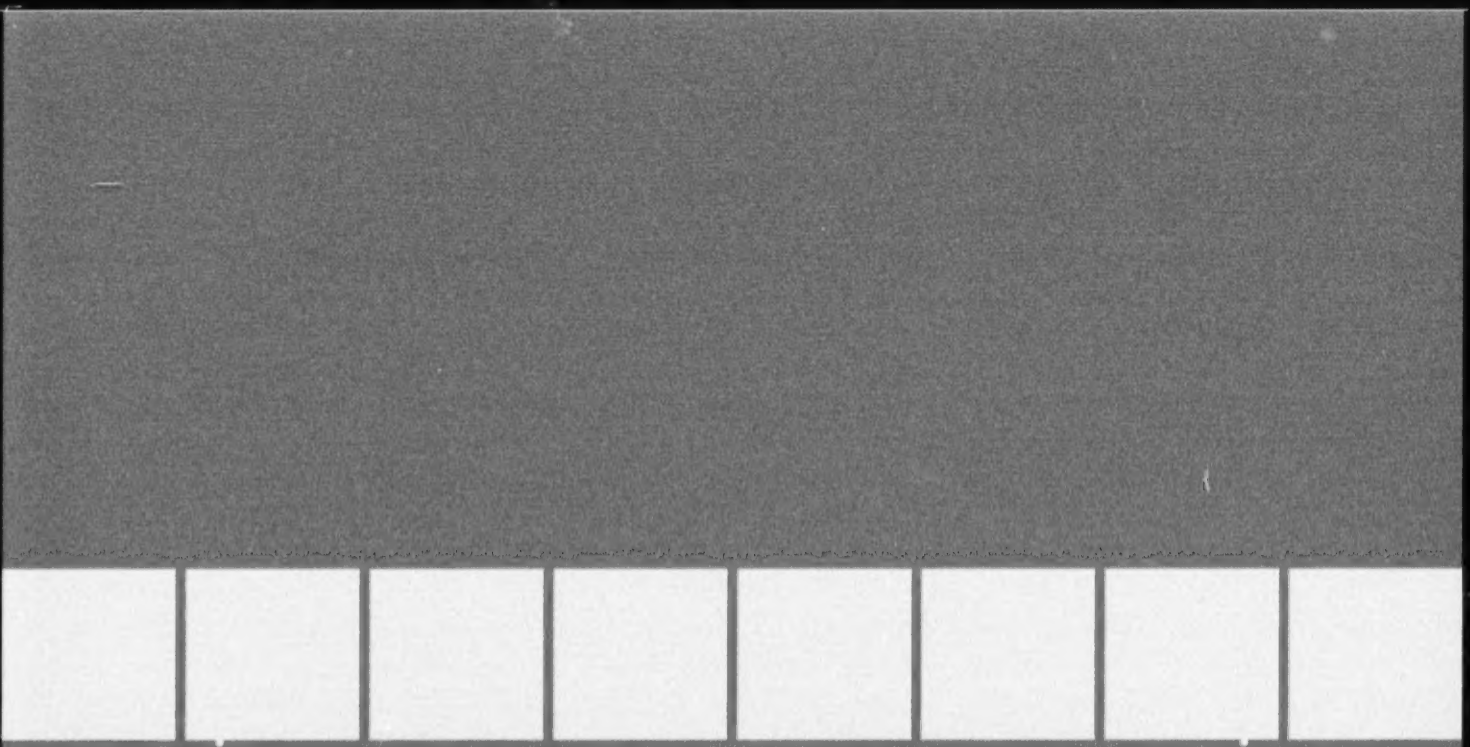
1. Poultry Infectious Diseases, as they impact poultry health and/or zoonosis.
2. Alternative Animal Health Products and Management Strategies that enhance avian immune function and mitigate the impact of infectious pathogens while displacing the need for traditional antimicrobials.
3. Poultry Welfare and Wellbeing throughout the production chain, as impacted by early immune function, bird harmony within various alternate farm production systems, restricted feeding options of breeding stock, bird stocking density, and the effects of temperature extremes during live bird transport.
4. Environmental Stewardship as impacted by emissions of particulate matter, ammonia and greenhouse gases and their effect on poultry, poultry workers and the industry's environmental footprint.

The scale of the Cluster allows for basic research and more near-term, applied studies that will provide both immediate answers and future information for the poultry and food industries, as well as factors impacting consumer wellbeing.

Canada's chicken industry has made embracing innovation part of the industry's vision in recognition of the need to be dynamic and to foster efficiency for farmers and our industry partners. ■



HOW WE DO IT



Differential Growth
Market Watch
Monitoring & Enforcement

DIFFERENTIAL GROWTH

Chicken Farmers of Canada's main responsibility is to ensure that our 2,700 farmers produce the right amount of fresh, safe, high quality chicken to meet consumer needs.

To do so, farmers, processors, further processors and members of the restaurant trade from across the country meet every eight weeks to determine anticipated market requirements and set production levels accordingly.

Since its inception in 1979, Chicken Farmers of Canada (CFC) has had several different allocation setting agreements and processes ranging from top-down, formula-driven (1979-1994) to a series of bottom-up allocation agreements starting with the National Allocation and Pricing Agreement in 1995, followed by the National Allocation Agreement in 1998 – which became the Operating Agreement of the 2001 Federal Provincial Agreement (FPA) for chicken. As a matter of practice, with the slowing of growth in the chicken industry, allocations since 2005 have been set almost universally on a pro rata basis.

Since 2009, differential growth has been one of CFC's critical priorities and an enormous and consistent effort has been made to find a resolution that satisfies all stakeholders.

An intensive provincial-led process facilitated by CFC was pursued in late-2012 and culminated with a 2-day negotiation February 13-14, 2013 in Ottawa. Negotiations narrowed the differences and produced a formula-based approach to allocating future growth based on pro rata, population growth, supply share, economic, and performance components. During this process, on November 22, 2012, Alberta advised the other Federal Provincial Agreement signatories of its intention to withdraw from the Agreement effective December 31, 2013. There was a big push to conclude an agreement prior to the February 22, 2013 deadline after which Alberta could no longer unilaterally revoke its notice of withdrawal. In the end, the agreement of all provinces could not be achieved.

In May, Directors determined that it would not be possible to achieve a differential growth solution on the basis of the February 13-14 proposal, primarily because of the supply share component. Directors agreed instead to pursue a two-tier alternative option that separated the issues of a new allocation methodology from the demands of Alberta and Ontario.

In July, CFC proposed a two-tier option for the consideration of Directors. After more than a day and a half of discussion in St. John's, Directors were once again unable to reach agreement. As a result, in August the Chair and staff prepared a temporary six allocation period agreement for periods A-121 to A-126. This agreement, coupled with a service agreement with Alberta, was presented to Directors in early-September as a take it or leave it proposition. Directors agreed and signed the service agreement with Alberta. The service agreement included a window (January 31 – February 14, 2014) for Alberta to opt out after the setting of A-124.

In October, CFC issued an RFP and engaged the services of a professional mediator with the objective of securing a long term agreement between CFC and the 10 provincial chicken boards by January 31, 2014 concerning a revised methodology for setting allocation which takes into consideration the principle of comparative advantage and permits differential growth among provinces. The mediator met with all provinces and downstream stakeholders in November and the first mediation session was held in December in Toronto, with two further sessions scheduled for January 2014. ■

MARKET WATCH

In 2013, Canadian chicken farmers produced 1,043 million kilograms (Mkg) of chicken, 1.8% more than in 2012. This increase represents the largest rate of annual growth in the past six years.

Producer prices increased in 2013 for the third consecutive year due to persistent high feed prices. On average, producer prices in 2013 were more than 3 cents higher than 2012, but trended downward throughout the year from the peak producer price in the last period of 2012.

Frozen inventories started 2013 at 34.9 Mkg and ended the year at 37.3 Mkg, 7% above the previous year. A surge of imports in the last quarter of 2013 caused storage stocks to increase towards the end of the year after remaining in the 35 to 37 Mkg range for most of 2013.

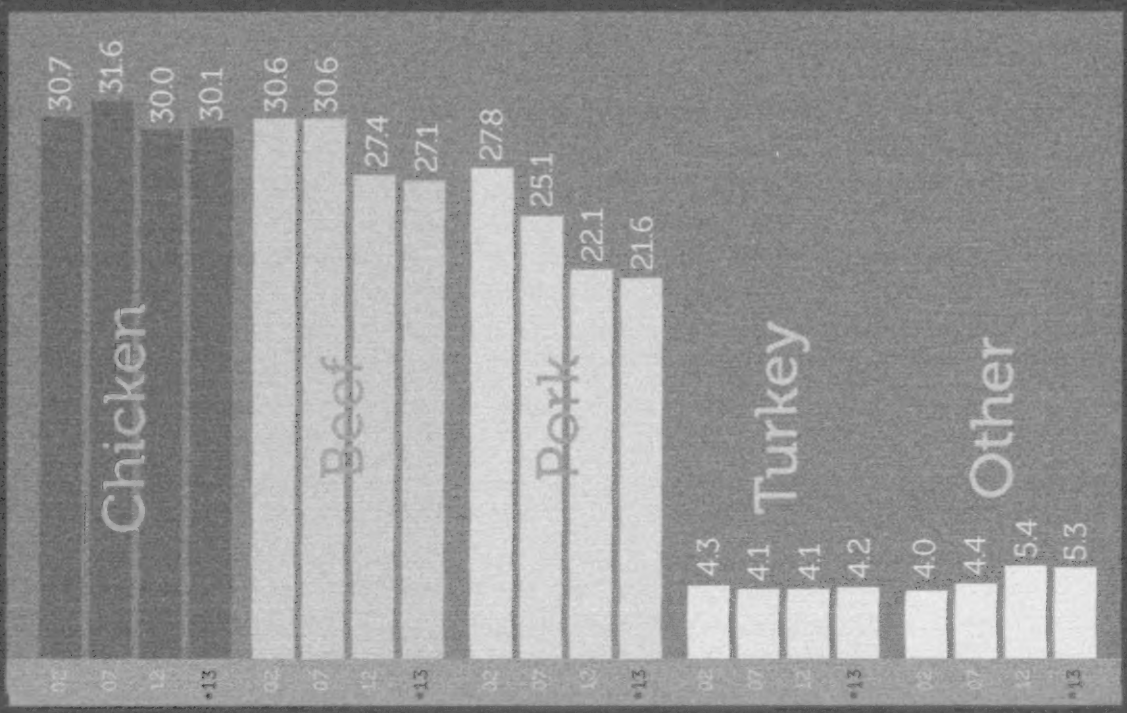
Per capita chicken consumption in 2013 is projected to be 30.1 kg, slightly higher (0.1 kg) than in 2012 as total chicken disappearance outpaced population growth by a small margin. Preliminary numbers indicate that beef per capita consumption decreased by 1% to 27.1 kg and pork per capita consumption decreased by 2% to 21.6 kg in 2013. Per capita consumption of turkey increased to 4.2 kg, and consumption of lamb and veal remained unchanged from 2012.

Provincial Production

Total Canadian chicken production in 2013 increased for the fourth consecutive year. Canadian chicken farmers produced 1,043 Mkg, a gain of 18.3 Mkg (1.8%) over 2012. This is the largest annual increase in production levels since 2007.

The bulk of the increase came in the first half of the year. Production in the first and second quarter of 2013 was 2.8% and 2.3% (7.0 Mkg and 6.0 Mkg) higher, respectively, than in the same timeframe of 2012, while production in the third increased by 4.3 Mkg and slowed to an increase of 0.9 Mkg in the fourth quarter, compared to the year before. The strong

PER CAPITA CONSUMPTION – VARIOUS MEATS (KG)



*ESTIMATE

PROVINCIAL PRODUCTION OF CHICKEN ('000 KG EVISCERATED)

Province	2013	2012	% change
British Columbia	156,543	155,218	0.9%
Alberta	93,026	92,977	0.1%
Saskatchewan	41,380	39,815	3.9%
Manitoba	43,198	43,523	-0.7%
West	334,147	331,531	0.8%
Ontario	337,307	330,902	1.9%
Quebec	289,650	280,771	3.2%
Central	626,958	611,673	2.5%
New Brunswick	28,287	28,352	-0.2%
Nova Scotia	35,887	35,634	0.7%
Prince Edward Island	3,803	3,680	3.3%
Newfoundland & Labrador	13,926	13,853	0.5%
Atlantic	81,902	81,519	0.5%
Canada	**1,043,007**	**1,024,723**	**1.8%**

QUOTA PERIODS

	from		to	Allocation (Mkg evis)	Production (Mkg evis)	Quota Utilization
A-115	December 30, 2012	-	February 23, 2013	155.4	158.4	102.0%
A-116	February 24, 2013	-	April 20, 2013	158.5	159.6	100.7%
A-117	April 21, 2013	-	June 15, 2013	166.3	166.0	99.9%
A-118	June 16, 2013	-	August 10, 2013	163.3	160.9	98.5%
A-119	August 11, 2013	-	October 5, 2013	160.9	160.5	99.8%
A-120	October 6, 2013	-	November 30, 2013	158.2	160.2	101.3%
A-121	December 1, 2013	-	January 25, 2014	155.0	155.1	100.1%

increase in the first half of the year was due to allocations that were set higher than production the year before and overproduction in allocation periods A-115 and A-116, the first two periods of 2013. The allocations for the summer, periods A-117 through A-119, were somewhat under-produced, and actual production in the last two periods was higher than the number of kilograms allocated.

Production under CFC's market development program increased by 6% (2.5 Mkg) to 43.2 Mkg in 2013, the first increase after four consecutive years of decreases. Domestic production in 2013 increased by 1.6% (15.8 Mkg) to 999.8 Mkg.

Producer Prices

The average Canadian producer price in 2013 was $1.710 per kilogram live weight.

While this was 3.2 cents higher than the average in 2012, the producer price witnessed a clear downward trend from the peak live price of $1.822 in the last period of 2012.

The producer price in the first period of 2013, A-115, was the highest of the year at $1.752. Prices declined gradually for the next few periods with a single bump in period A-119 to $1.738. Good crop growing conditions in most of North

America resulted in an abundant corn and soybean crop, alleviating the very tight corn and soybean supplies from the 2012/2013 crop year. Producer prices resumed their downward trend accordingly during the remainder of 2013 and ended the year at $1.610, 21.2 cents lower than the end of 2012.

Wholesale Prices

2013 was a year with two faces for wholesale prices. The first half of the year saw prices that were significantly higher than in previous years, but took a downturn in the second half of the year. The average wholesale price (market composite) in 2013 was $3.50, almost identical to the average of $3.51 in 2012, reaching its highest point at $3.67 in early July and falling to a low of $3.12 in late December. Canadian wholesale prices are compiled by EMI (Express Market Inc.).

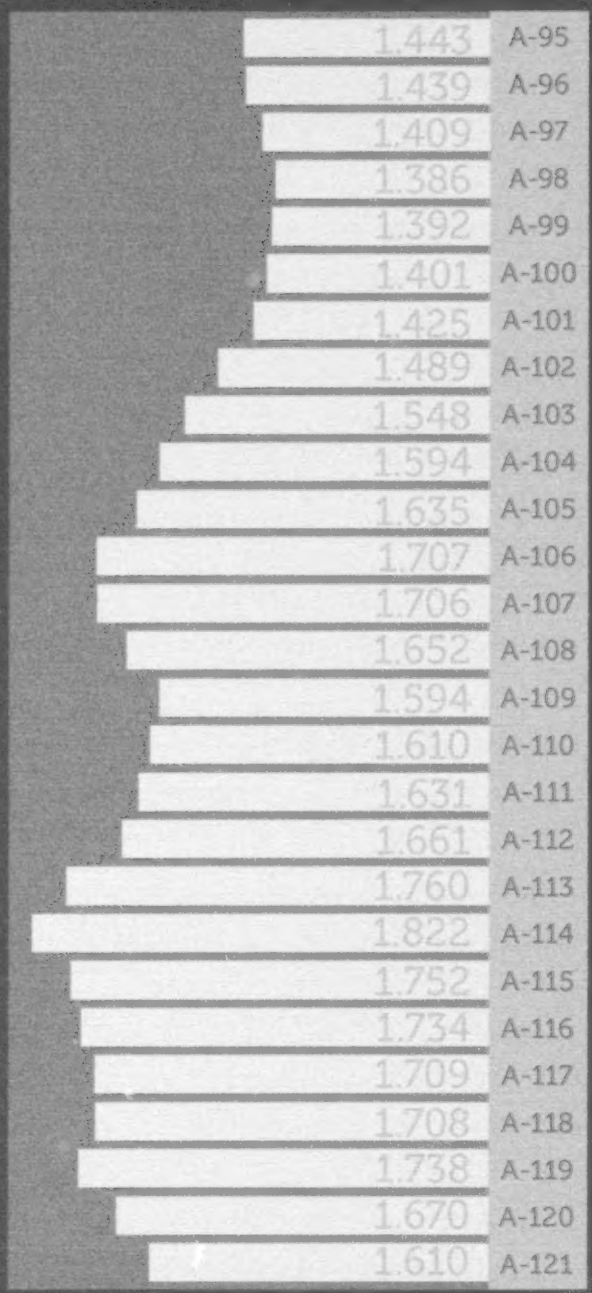
Looking at individual cuts, wing and leg prices were on average lower in 2013 than in 2012 when both cuts performed very well. The average wing price in 2013 was $5.02 compared to $5.27 in 2012, and leg prices averaged $2.92 in 2013, seven cents less than in 2012. South of the border, wing prices were much lower than the record high prices of 2012 when prices peaked due to strong demand and decreased supplies. Canadian breast meat prices tracked the U.S. breast meat prices closely in 2013, beginning the year low before peaking in the summer months and falling again towards the end of the year.

Retail Prices

The Consumer Price Index (CPI) as reported by Statistics Canada for fresh and frozen chicken – the only publicly available indicator for national chicken retail prices – continued its moderate growth in 2013. The CPI for chicken in 2013 increased to 146.6 compared to 144.1 in 2012, representing an increase of 1.8%. The chicken prices at the retail level were higher in the second half of the year than in the first six months of 2013.

(Note: Statistics Canada monitors retail prices for fresh whole chicken, boneless skinless breast and legs and calculates a monthly price index based on the prices for these products).

CANADIAN WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE ($/KG)



In comparison, the consumer price index for all items combined, better known as "the cost of living index", in 2013 rose 0.9% and the specific CPI for all food items was 1.2% higher than in 2012.

According to the same data series, the price increases at the retail level in 2013 for both beef (2.9%) and pork (2.4%) were higher than for chicken (1.8%), mainly due to a reduction in North American red meat supplies. Prices for other meats, turkey and seafood also increased at rates higher than chicken (2.7% and 2.3%, respectively).

Imports

According to reports from Foreign Affairs, Trade and Development Canada (DFATD), a total of 120.3 Mkg of chicken was imported into Canada during 2013. DFATD is responsible for issuing import permits for chicken and products made primarily of chicken. Under Canada's NAFTA obligations, the tariff-rate quota (TRQ) is set at 7.5% of chicken production in the previous year.

The TRQ for 2013 was calculated as 77.7 Mkg; 0.7 Mkg more than in 2012. According to preliminary 2013 year-end statistics, a total of 81.5 Mkg of chicken and chicken products was imported under the TRQ. Global imports equalled 75.8 Mkg, and imports under the "Imports to compete" program were 5.7 Mkg, 1.3 Mkg more than in the previous year. The "Import to compete" program allows chicken imports for Canadian manufacturers to produce processed chicken products that are not on Canada's Import Control List. This list includes specialized products such as chicken dinners. In total, global imports and imports to compete combined were 81.5 Mkg, representing 7.8% of previous year's production. The TRQ for 2014 will be 78.8 Mkg, up 1.1 Mkg from the year before.

In 2013, chicken parts (bone-in and boneless) accounted for 73.8% of all TRQ imports, 4.4% less than 2012. Further processed chicken imports accounted for 25.9% of all TRQ imports while only a very small amount of whole eviscerated chicken was imported. No live chicken was imported in 2013 under the TRQ. As in the past, the U.S. was the largest supplier of chicken products imported under the TRQ with a total of 55.4 Mkg (73% of the total global imports) and a total value of $151.6 million. Global imports from Brazil totalled 13.1 Mkg (17%) for a value of $43.3 million. The other countries of origin in 2013 were Thailand at 6.8 Mkg ($19.6 million), Chile at 0.3 Mkg ($1.0 million), and small quantities from Germany, Israel and Cyprus for a combined quantity of 0.3 Mkg and value of $1.2 million. The total value of all products imported under the TRQ was $216.7 million, $3.5 million (1.6%) less than 2012.

IMPORTS

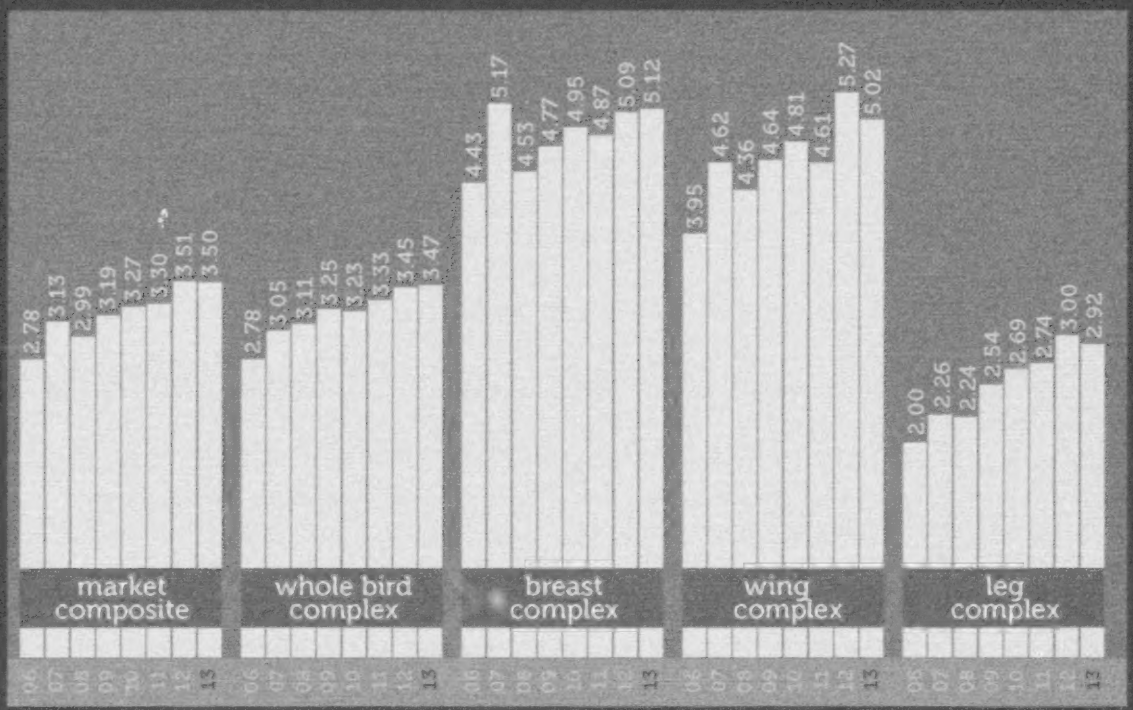
	2013	2012	% Change
Global Imports	75,772,286	75,542,447	0%
Imports to compete	5,731,405	4,463,689	28%
Imports to re-export	38,841,443	73,253,388	-47%
Special Imports	0	0	-
Imports for market shortage	3,185	0	-
TOTAL	120,348,319	153,259,524	-21%
Imports of Spent Fowl	97,212,521	105,973,988	-8%

Source: DFATD, AAFC

DFATD also issued additional import permits under the "Import to re-export" program (IREP). The "Import to re-export" program allows imports of chicken and chicken products into Canada to be further processed. All imports under this program must be exported within a three month period. In 2013, a total of 38.8 Mkg was imported under this program, 34.4 Mkg (47%) less than in 2012. The significant decrease in imports under this program is largely the result of the more stringent rules and controls around the program put in place by DFATD. However, chicken imports under the Canadian Border Services Agency's Duties Relief Program in 2013 at 61 Mkg eviscerated weight increased more than three-fold compared to 17.7 Mkg in 2012, more than offsetting the decrease in imports under the IREP program. For more, see pages 43-44 (Import Controls).

In 2013, CFC received three requests, for a total of 98,150 kg, for supplementary imports for market shortages. One supplementary import permits was issued for a total of

ANNUAL AVERAGE WHOLESALE PRICE, $/KG (SOURCE: EMI)



3,185 kg of boneless parts. CFC received an additional two sourcing requests from non-ICL manufacturers for dark meat that could not be supplied by CFC's Market Development Policy. A total of 144,884 kilograms eviscerated equivalent was issued in 2013.

The imports of spent fowl continued to be very large in 2013. According to AAFC data, 97.2 Mkg of spent fowl products were imported into Canada in 2013, 8.8 Mkg less than in 2012 but almost 15 Mkg more than in 2011, and exceeding the amount of chicken imported under the TRQ by 15.7 Mkg. The amount of imported spent fowl represents close to 10% of Canada's chicken production. The 8% decline in spent fowl imports in 2013 matches the decline in spent fowl slaughter in the U.S. Because spent fowl is not currently subject to the TRQ, it is impossible to predict or limit the volume imported through this loophole. For more, see pages 40-41.

Exports

Based on Statistics Canada export data, approximately 150.2 Mkg of Canadian chicken was exported in 2013, up 6.5% compared to 2012. The primary destination for Canadian chicken and chicken products in 2013 continues to be the U.S. with 61.5 Mkg, 3.5 Mkg more than 2012 and accounting for 41% of all exports. Second was Taiwan, which imported 23.9 Mkg, 4.7 Mkg more than in 2012. The other eight countries in the top ten destinations for Canadian chicken were Philippines, Cuba, Hong Kong, Gabon, Benin, Tajikistan, South Africa, and Equatorial Guinea. In 2013, exports to Tajikistan tripled compared to 2012, and exports to Taiwan and Gabon also increased substantially. Shipments to Hong Kong and South Africa saw significant decreases in 2013 compared to previous years. According to the same data, the value of Canadian chicken exports increased from

$323 million in 2012 to $362 million in 2013, a 12% increase. Exports to the U.S. alone in 2013 are estimated at $247 million; 13% more than in 2012 and accounting for over two-thirds of the total export value in 2013.

Storage Stocks

Frozen chicken inventories started 2013 at 34.9 Mkg and ended the year at 37.3 Mkg, representing a 2.5 Mkg (7%) increase. Overall, inventories were up significantly from 2012 when stocks were the lowest in several years. Stocks were stable around 36 Mkg for most of the year, but increased to close to 40 Mkg at the end of 2013. The bulk of the increase was in the breast meat and wing categories.

Examining the 2013 frozen inventories by category, inventories of whole birds, cut-up and further processed chicken all increased while stocks of miscellaneous chicken saw a small decrease. Cut-up chicken inventories increased by 1.7 Mkg (10%), further processed chicken inventories by 0.7 Mkg (5%), and whole bird stocks by 0.1 Mkg (25%). Stocks of miscellaneous chicken, which include products such as MSM (mechanically separated meat), giblets, skin and feet, fell by 0.1 Mkg (3%).

Within the cut-up chicken category, both legs and breast meat inventories increased in 2013, while wings and other cut-up chicken stocks decreased. Legs and breast meat stocks increased by 0.5 Mkg and 1.7 Mkg, respectively (12% and 36%), and wings and other cut-up chicken inventory decreased by 0.4 Mkg and 0.1 Mkg (9% and 6%).

Within the further processed category, stocks of further processed boneless breasts grew by 0.8 Mkg (45%) in 2013, while frozen inventories of other further processed products (including tenders, strips, nuggets, patties and cooked wings) did not change.

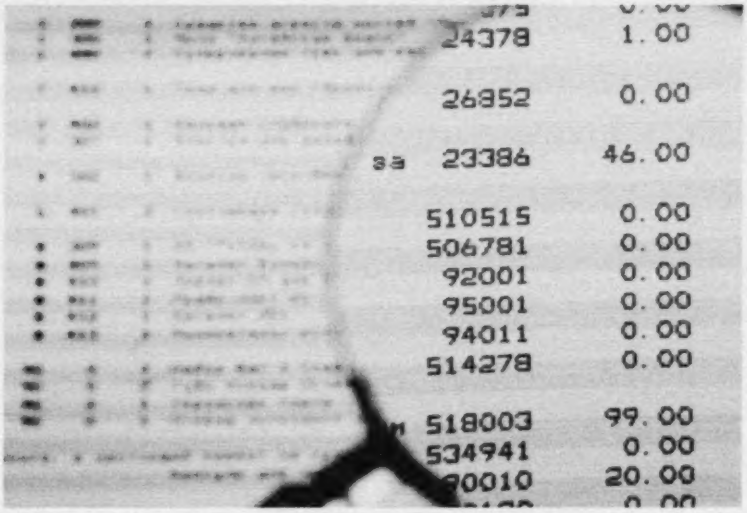
Interprovincial Movement

CFC monitors the number of live chickens that move in interprovincial and export trade. The figures are reported to CFC on a weekly basis and are audited by external auditors every four periods. Total interprovincial movement (IPM) decreased in 2013 by 50.8 million kilograms live weight. ■

INTERPROVINCIAL MOVEMENT OF LIVE CHICKENS
(IN KILOGRAMS LIVE WEIGHT)

	2013		2012	
Province	To	From	To	From
British Columbia	-	-	-	-
Alberta	-	-	-	-
Saskatchewan	-	2,608,000	-	3,304,000
Manitoba	2,608,000	-	3,304,000	-
Ontario	1,221,000	17,032,000	20,760,000	30,753,000
Quebec	21,602,000	29,235,000	69,076,000	38,455,000
New Brunswick	45,818,000	4,439,000	31,532,000	27,699,000
Nova Scotia	4,300,000	17,036,000	1,655,000	21,109,000
Prince Edward Island	-	5,199,000	-	5,007,000
Newfoundland & Labrador	-	-	-	-
Total	**75,549,000**	**75,549,000**	**126,327,000**	**126,327,000**

The movement of live chickens between provinces decreased in 2013 by 50.8 million kilograms live weight. This is explained by an overall decrease in movement between Ontario and Quebec and an increase in movement between New Brunswick and Quebec.



MONITORING & ENFORCEMENT

Auditing the System

In 2013, staff completed the audits of provincial commodity boards for compliance with Chicken Farmers of Canada (CFC) policies and regulations. These audits included periods A-110 to A-113, which were initiated in 2012, and periods A-114 to A-117. CFC's external auditors completed the audits of processors from period A-110 to A-113 and A-114 to A-117.

The audit report of periods A-110 to A-113 was presented to Directors in May 2013 and the audit report of periods A-114 to A-117 was presented in November 2013.

Overmarketing Assessment

During the audit period A-114 and A-115, three provincial commodity boards were assessed overmarketing levies totalling $216,960. During the audit period A-116 and A-117, two provincial commodity boards were assessed overmarketing levies totalling $136,409. The report was presented and approved by Directors in November 2013 and the levies were subsequently paid.

Market Development

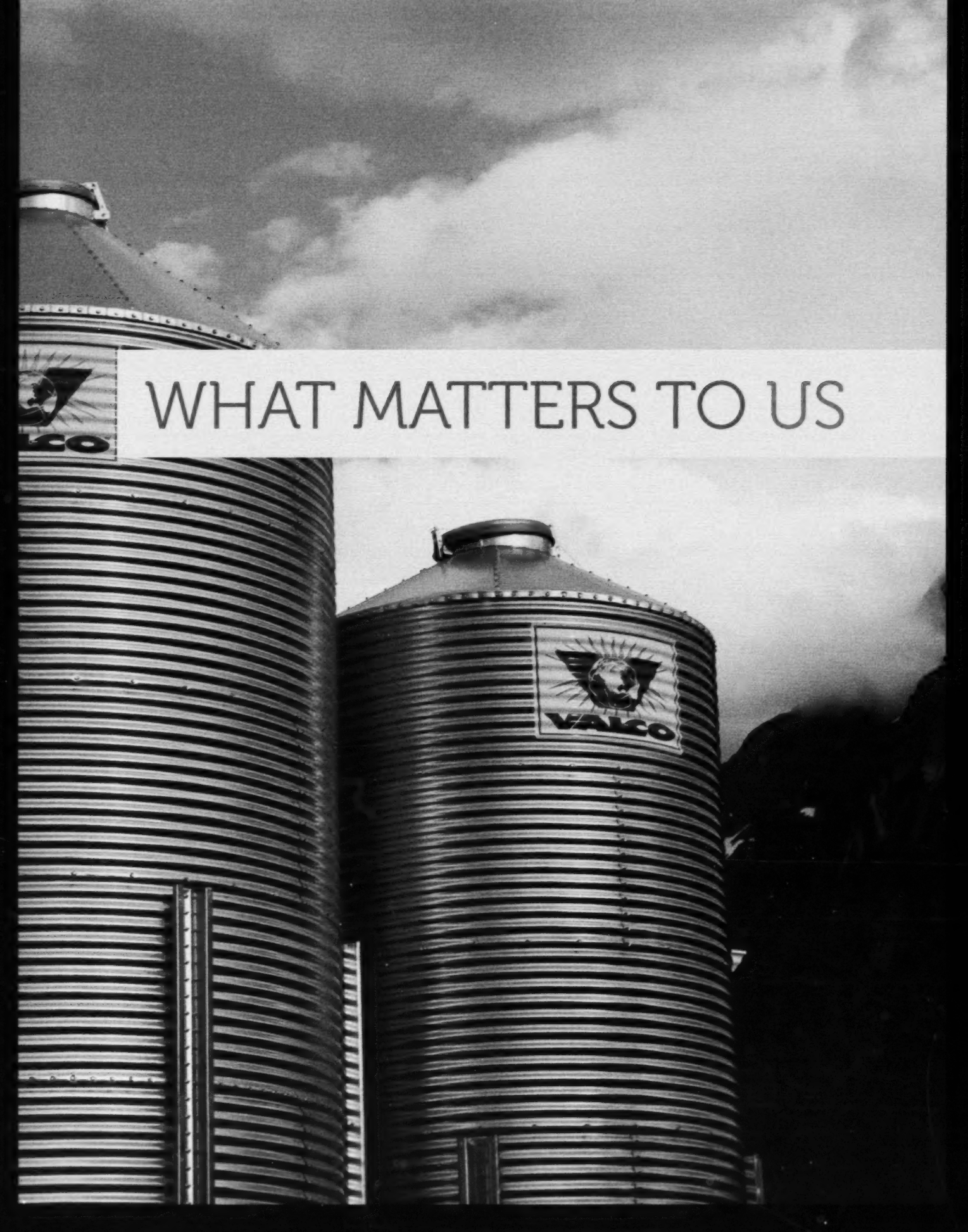
A primary processor marketed production it received other than in accordance with the CFC Market Development Policy from period A-103 to A-105 and was assessed levies of $181,539. In May 2013, the Board of Directors issued a final assessment determination. In July 2013, the Board of Directors approved the processor's request to pay the levies over twelve months plus interest at prime + 1%. CFC received the 2013 monthly installments and outstanding levies will be paid by May 2014.

During periods A-117 and A-118, a primary processor marketed production it received other than in accordance with the CFC Market Development Policy and was assessed levies of $14,666 and $16,020, respectively. During period A-118, another primary processor was assessed levies of $8,945 for marketing in contravention to the Market Development Policy. Those levies were received in 2013.

Inter-Period Quota Transfers

The inter-period quota transfer policy gives flexibility to meet market needs. Requests are in response to short-term, market-driven requirements between two specific quota periods. Inter-period quota transfers cannot be used to adjust slaughter schedules or affect quota utilization in a given period.

In 2013, CFC received one inter-period quota transfer request of 111,811 kilograms live weight. In comparison, there were no requests received in 2012. ■


WHAT MATTERS TO US
VALCO

Government Relations
Spent Fowl
International Trade
Outreach & Communications
Public Relations

GOVERNMENT RELATIONS

Government relations is a high priority for Chicken Farmers of Canada. Our mandate is to ensure that the voices of our farmers are heard, both domestically and internationally, before important agriculture and trade policy decisions are made.

Our primary government relations goals are to increase our profile with decision makers so that the chicken industry is fully engaged in the development of policy that impacts the chicken industry; we seek to participate in legislative processes and ensure that all programs and regulations are being followed and enforced for domestic production, imports and exports. Our long term goals are to:

- Work with government to solve our critical priority issues;
- Counter negative perceptions that may exist about Chicken Farmers of Canada, supply management and industry issues;
- Stay well-informed on the overall direction of government, public policy, and programs that could affect the industry;
- Build and maintain key relationships with officials that Chicken Farmers of Canada can count on in a time of crisis; and
- Build on Chicken Farmers of Canada's reputation with government decision makers as a responsible industry.

Key Meetings and Discussions

PRE-BUDGET ROUNDTABLE SESSIONS

Each year leading up the federal budget, Chicken Farmers of Canada monitors the pre-budget process, and provides input into the consultative sessions, either in person or in writing. This is when the government seeks input into the Economic Action Plan decision-making process. A series of roundtable discussions are held across the country by the Minister of Finance, Jim Flaherty, the Minister of State (Finance), Kevin Sorenson, and the Parliamentary Secretary, Andrew Saxton.

On November 22nd, Chicken Farmers of Canada travelled to Moncton, New Brunswick to participate in the Minister Sorenson's pre-budget consultations and to provide Chicken Farmers of Canada's input to the discussions.

House of Commons Agriculture Committee

On May 30th, Chicken Farmers of Canada appeared before the House of Commons Standing Committee on Agriculture and Agri-Food on animal welfare.

On November 25th, Chicken Farmers of Canada met with Bev Shipley, Ontario MP for Lambton—Kent—Middlesex, who had recently been elected as the new Chair of the House of Commons Standing Committee on Agriculture and Agri-Food. The main goal of the meeting was to provide Mr. Shipley with an overall briefing on the chicken industry in Canada, Chicken Farmers of Canada's organizational structure, how we set allocation, and our supply chain. We also took the opportunity to thank the government for their continued support of supply management, while noting some of our concerns around specific provisions of the agreement in principle on CETA. Imports and spent fowl in particular were also discussed and Mr. Shipley indicated his interest in learning more about the issue in a follow-up meeting.

Lobby Day

Chicken Farmers of Canada held its annual lobby day on May 9th to advance issues on behalf on Canada's chicken farmers and the Canadian chicken industry. Our members met with 56 meetings MPs and Senators in Ottawa and a further 24 meeting more took place shortly

Chicken Farmers of Canada uses a collaborative approach in its relationships with elected and non-elected officials, and industry partners.

after in ridings. That's a 14% increase over the previous year and represents about 20% of MPs and Senators.

Chicken Farmers of Canada's directors, alternates, staff, and provincial board representatives brought forward a range of issues including supply management, trade, import controls, antimicrobial resistance, on-farm food safety, and animal care. However, there was a clear focus on raising awareness about the critical issue of spent fowl imports, which are putting the system and the industry at risk.

Conservative Party Convention

Chicken Farmers of Canada Chairman Dave Janzen and staff attended the 2013 Conservative Policy Convention held in Calgary from October 31st to November 2nd.

A contentious policy motion on Supply Management was brought forward in the economic policy session by the Electoral District Associations of Medicine Hat, Edmonton—Mill Woods—Beaumont, Calgary Southeast, and Calgary—Nose Hill. It recommended a change in wording (and policy) that would move Conservative Party support away from supply management and towards a transition to something new.

The motion was opposed by the Minister of Agriculture, Gerry Ritz, and a group of Ontario MPs, including Gary Schellenberger. Minister Ritz was the first to speak and came out very strongly against the motion. He defended supply management and stated that it does not stifle innovation, is not a barrier to trade, and is not responsible for inflated prices. Many other MPs also spoke in support of supply management and voted against the motion, including the Minister of International Trade, Ed Fast.

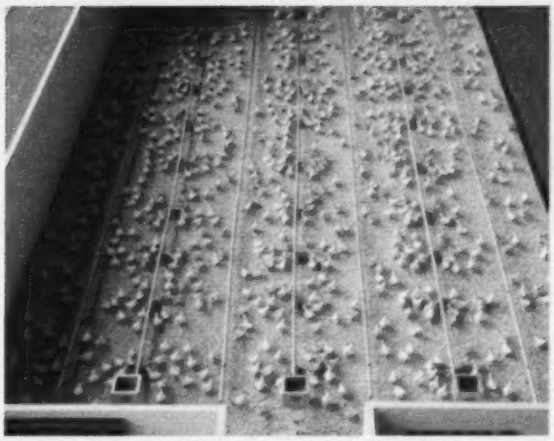
In the end, the motion was voted down 182 to 42, dying in the economic session before it could make it to the Policy Plenary Floor.

November Reception

As part of Chicken Farmers of Canada's ongoing government relations program, the Board of Directors hosted its Annual Parliamentary Reception at the Fairmont Château Laurier in Ottawa on November 28th. The invitees included Members of Parliament, Senators, political and departmental staff, and industry partners. The Honourable Ed Fast, Minister of International Trade, and other key Ministers were in attendance, as were members of both the House and Senate Committees on Agriculture and Agri-Food and International Trade. Other guests included political staff and representatives from the Canadian Food Inspection Agency and Agriculture and Agri-Food Canada.

In his address to the attendees, Dave Janzen, Chicken Farmers of Canada Chairman, took the opportunity to highlight that Canada's chicken industry is a Canadian success story – a good choice for Canada, and a good choice for Canadians. Mr. Janzen also thanked the government for its ongoing support for supply management and addressed concerns regarding spent fowl imports and imports of chicken falsely labelled as spent fowl.

This year, a short, new video was aired, highlighting some quick facts and figures about the Canadian chicken industry as well as some of our key messages; the video will be featured on the chickenfarmers.ca website which is being revamped for launch early in 2014.



Another new project was unveiled at the November reception. Chicken Farmers of Canada commissioned the construction of a model barn and a display to describe living conditions in the barn, how we raise our birds, biosecurity, ventilation, and other food safety and animal care program requirements. The model was a hit and drew many reception guests into detailed discussions about the industry.

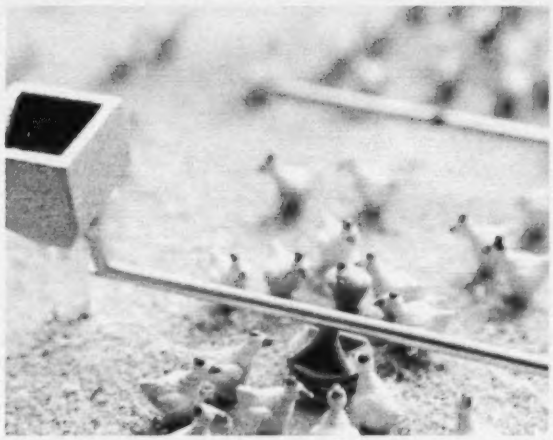
The scale model is based on a barn from Chilliwack, B.C., provides insight into the workings of a chicken barn, and serves as a physical showcase for the high level of care and handling that Canada's chicken farmers follow.

Several new pop-up banners were also printed to help tell the good news story about Canadian chicken and why it is a good choice for Canada and a good choice for Canadians.

Spent Fowl

The key focus of our ongoing government relations efforts in 2013 was on resolving the critical issue of spent fowl imports. In addition to focusing the lobby day on spent fowl, we sought government action through numerous meetings, briefings and committee presentations throughout the year.

The Minister of Agriculture and Agri-Food, the Hon. Gerry Ritz was diligent in encouraging fellow ministers and senior bureaucrats to work on finding and implementing resolutions to this serious issue. CFC representatives met with the Canadian Border Services Agency, International Trade, Health, Finance, the Canadian Food Inspection Agency, and Agriculture and Agri-Food Canada. ■



SPENT FOWL

Spent fowl is old laying and breeding hens that are a by-product of the egg-laying process. Unlike young chicken meat, there are no limits to how much may be imported. However, all spent fowl may still be labelled as chicken for consumers.

There continues to be excessive imports of spent fowl into Canada. Canadians have noticed and 74 % of them want spent fowl to be clearly labelled. Chicken Farmers of Canada has been working diligently on this issue over the past couple of years to resolve it, for our farmers, for our industry and for Canadians.

In 2013, Canada imported 97.2 million kgs of spent fowl meat from the U.S. This represents almost 10% of the Canadian chicken production and is a considerable loss to the Canadian economy. It prevents the creation of 8,900 jobs and over $590-million lost from Canada's GDP.

Furthermore, there is clear evidence of fraudulent chicken imports under the guise of spent fowl. By mid-2013, fowl imports to Canada reached 112% of U.S. spent fowl production. This meant that Canada was importing more spent fowl breast meat than was being produced in the entire U.S. and that no spent fowl was consumed in the U.S. At a bare minimum,

if the fraudulent imports were limited to just this additional 12%, it would represent a loss of $66 million in tariff evasion.

Given this significant negative impact on the Canadian chicken industry, Chicken Farmers of Canada has been working diligently with industry and government partners to crack down on fraudulent imports and products that are intentionally being used to circumvent the import control pillar of supply management.

Chicken Farmers of Canada called for:

1. the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) to implement a mandatory certification process to avoid the mislabelling of imported chicken;
2. the Canadian Border Services Agency to classify blended products as chicken because there is no test to distinguish spent fowl meat from broiler chicken meat, and the content of blended products cannot be verified; and
3. the CFIA to require truth in labeling to inform consumers; spent fowl is not chicken and carries egg allergy risks. Consumers do not know if they are buying spent fowl because it is all labeled as chicken.

The issue was front-and-centre throughout the year. We raised it at the Border Measures Consultative Committee in April. It was the single critical issue raised during our May 9th Lobby Day. We also raised it directly with Minister Ritz during the FPT meeting in July. Meetings were held throughout the year with officials and Ministerial staff at AAFC, DFATD, Finance, CFIA and CBSA. A key element of our efforts was awareness building of the issue. To this end, a booklet was created to educate stakeholders and key government representatives on the issue and ads were placed in industry publications to draw attention to the ramifications of the issue. It was also a focal point of the November 2013 reception and the issue will continue to challenge the industry into 2014. ■

INTERNATIONAL TRADE

Trade rules are critical to the Canadian chicken industry so that we can maintain the three essential pillars of supply management: producer pricing, production discipline and import controls.

It is of paramount importance that the federal government ensures that supply management is maintained through all bilateral, regional or multilateral trade agreements.

Chicken Farmers of Canada (CFC) supports Canada's balanced trade position that allows for market access gains for all Canadian agriculture while preserving the integrity of Canada's supply management systems. In this regard, we work collaboratively with our national and provincial poultry, dairy and egg colleagues to monitor all these initiatives closely.

Whether under the WTO or the Trans-Pacific Partnership (TPP), we stand by the fact that we are already the 15th largest importer of chicken in the world. To put that into context, New Zealand blocks all chicken imports. We stand head and shoulders above many TPP members; in fact Canada imports more chicken than 6 of the other 11 TPP members (Australia, Brunei, Malaysia, New Zealand, Peru, and the U.S.) - combined.

World Trade Organization

The WTO Ministerial Conference took place December 3–7 in Bali, Indonesia. Twelve years after the launch of the Doha Round members were finally able to reach a partial agreement. The Bali-package is not a comprehensive agreement but serves notice that some progress is being made and that the WTO is not dead after many years of stalled negotiations.

The so-called Bali Package consisted of 10 decisions in the areas of trade facilitation, issues related to agriculture, and development

issues targeting primarily least-developed countries (LDC):

TRADE FACILITATION
- Agreement on Trade Facilitation

AGRICULTURE
- General Services
- Public Stockholding for Food Security Purposes
- Understanding on Tariff Rate Quota Administration Provisions of Agricultural Products
- Export Competition – Draft Ministerial Declaration
- Cotton

DEVELOPMENT AND LDC ISSUES
- Preferential Rules of Origin for LDC
- Operationalization of the Waiver Concerning Preferential Treatment to Services and Service Suppliers of LDC
- Duty-Free and Quota-Free Market Access for LDC
- Monitoring Mechanism on Special and Differential Treatment

Of most importance to CFC was the decision on the understanding on TRQ Administration. The aim of the decision is to improve the utilization of tariff rate quotas and to increase transparency through the notification process. The decision provides for the implementation of an under-fill mechanism to ensure a minimum fill rate of 65%. Where fill rates are below 65% for two consecutive years, or where no notifications have been received for two consecutive years, the mechanism provides for a consultation process that could eventually result in a change of administrative method including the administration of the TRQs on a first-come first-serve basis. Considering the high fill rates reported by Canada with respect to the supply managed TRQs, the proposal is supported by Canada. In CFC's view, TRQs are a legitimate trade policy instrument designed to provide predictable and consistent market access.

On export competition, there is no end date to proceed with the full parallel elimination of all forms of export subsidies as per the objective set out in the 2005 Hong Kong Ministerial Declaration and it is clearly a question that will be addressed as part of the post-Bali work program.

It was agreed that developed-country Members shall seek to improve their existing duty-free and quota-free coverage for at least 97% of products originating from LDC. Again, this is a reiteration of the decision initially taken in Hong Kong in December 2005. This decision has no impact on Canada which already provides duty-free quota-free access to more than 97% of products originating from LDCs.

The Bali agreement may serve as an important stepping stone towards tackling the remaining issues of the stalled Doha Round. By adopting it, Members have reaffirmed not just their commitment to the WTO, but also to a renewed pledge to deliver on the Doha Round. Completing the DDA is still far from being an easy task though, given the number of challenging topics contained in the revised 2008 draft modalities text (Rev 4) which continues to be the version being discussed.

Bilateral and Regional

Canada worked extensively on two bilateral and regional trade agreements in 2013. The Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) is a free trade agreement between Canada and the European Union. The agreement in principle was signed on October 18, 2013 by Prime Minister Stephen Harper and José Manuel Durão Barroso, president of the European Union.

The EU and Canada recognized early in the negotiating process that there was no commercial interest in poultry meat or eggs. Despite this, CFC finds the market access concessions granted to the European Union for fine cheese troubling, given that the government was unable to conclude the CETA using the same successful model employed in previous trade agreements – ones that achieved substantial market access gains for Canadian agriculture while preserving the integrity of Canada's supply management systems.

Canada's dairy farmers spoke out vigorously against the deal and the increase in cheese

imports. The full economic impact remains to be seen, but the Canadian government has promised compensation to address any adverse effects.

The Trans-Pacific Partnership (TPP) is the other major trade agreement that Canada is pursuing. Canada and the other 11 members (Australia, Brunei Darussalam, Chile, Japan, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore, United States and Vietnam) met regularly in 2013 and concluded the year with a meeting of ministers and chief negotiators in Singapore. Although nobody truly believed an agreement could be reached in 2013, until the last minute, members claimed they were pursuing that goal.

The lack of an agreement came as little surprise to most observers, given the number of outstanding issues that are still considered far from being resolved. Ministers stopped short of setting a new deadline to conclude the talks, which are bogged down on items such as intellectual property (IP), state-owned enterprises (SOEs), and market access. Despite these difficulties, Members are still aiming for an agreement in the very near term.

CFC closely monitored these trade negotiations in collaboration with our colleagues from the poultry, dairy and eggs sectors, and has been in constant communication with Canadian negotiators. As things slowed down in Geneva, our correspondent in Geneva shifted focus more to the Canada-EU CETA and to the TPP talks. We jointly publish a weekly international trade newsletter titled *Geneva Watch*, which covers the main trade negotiations.

World Farmers' Organization

WFO, the World Farmers' Organization, is an international organization of farmers, for farmers, which aims to bring together all the national producer and farm cooperative organizations with the objective of developing policies which support farmers in developed and developing countries around the world. The WFO was launched in 2011, as a replacement for the former International Federation of Agricultural Producers, and has a mandate of addressing global food security concerns.

Canada's Canadian Federation of Agriculture (CFA) is a member and current CFA President, Ron Bonnett, sits on the WFO Board. The WFO Policy on International Trade, which has been endorsed by its 50 member countries representing all continents, reinforced the need to properly balance enhancing domestic production while preventing the distortion of export markets.

The policy calls for increased trade and a reduction of protectionism while also embracing the right of countries to take what measures are deemed necessary to promote their food systems and food sovereignty:

"All countries must have the right to define their own domestic agricultural policy in order to ensure that the major concerns of their citizens are met."

"Trade rules should also permit domestic policy measures which promote stability of supplies such as safety nets, orderly marketing and supply management."

The organization has a balanced position, much like Canada's, which takes into account a range of views from farmers in different circumstances in countries ranging from developed and developing to least developed. The key for the WFO is ensuring that farmers are consulted before international policies are developed that affect them.

Import Controls

The access volume for chicken continued to be a concern in 2013. Although Canada's international market access commitment for chicken was set at 77.7 million kilograms (Mkg) representing 7.5% of the previous year's production, 81.5 Mkg of chicken were imported under the tariff rate quota (TRQ), resulting in an access level of 7.9%. Those additional imports reduce the opportunities for additional Canadian chicken production and the related economic benefits through every level of the supply chain.

These additional import allocations were generated by manufacturers of further processed products not subject to import controls (Non-ICL). This shows once again the importance of modifying the specially defined mixture rule, also referred to as the 13% rule, which allows products containing 87% or less chicken to not be subject to import controls. Obviously, such a high threshold leads to abuses and products are being designed to meet this generous rule and then circumvent the TRQ.

The alignment of the Canada Customs Tariff to the Canadian WTO Schedule definition was identified as a solution in the 2011 joint government-industry Chicken Imports Working Group report, but we are still waiting for implementation. Such a modification would reduce the pressure on the TRQ allocation, allow Canada to no longer exceed its international obligations, and generate additional economic activity and jobs for Canadians.

The Minister for International Trade some significant and positive changes to the import to re-export program (IREP) and its use declined from 73.2 Mkg in 2012 to 38.9 Mkg in 2013. The Minister of International Trade agreed with the Tariff Rate Quota Advisory Committee (TQAC) to no longer allow marinated products under the IREP, effective June 1, 2014.

The sharp increase in the volume of marinated chicken products under the IREP, associated with the impossibility to verify with confidence that program criteria were being respected, were clear signs that action had to be taken. The diversion of products into the Canadian market instead of being re-exported resulted in unfair competition for Canadian farmers and processors and caused distortion of the marketplace. Chicken Farmers of Canada applauded the decision to exclude marinated products and encourages similar actions if any other elements of IREP prove to be difficult to verify.

The tightening of the IREP criteria and verifications encouraged some applicants to move to the Duties Relief Program (DRP), a similar program administered by the Canadian Border Services Agency. Volumes of chicken imported under the DRP grew from 2.1 Mkg in 2011 to 17.7 Mkg in 2012 and to 61 Mkg in 2013, which is a significant cause of concern for the industry. The DRP offers a four-year timeframe to re-export and is not designed for agriculture goods. It is obviously a duplication of programs and an inconsistency between government departments. Concerns have been raised by Chicken Farmers of Canada and by many industry stakeholders on the inadequacy of the DRP for chicken products and we have requested that chicken products be only allowed under the IREP. ■

OUTREACH & COMMUNICATIONS

Branding Strategy Update

Chicken Farmers of Canada (CFC) continues to make significant progress on its branding strategy for fresh Canadian chicken at retail. In 2011, Directors approved an action plan to develop a branding strategy for Canadian chicken.

After significant work through 2012, Directors approved the business case and the marketing plan for the branding strategy in March 2013. The final piece of the process was to approve funding for the strategy, which was accomplished in July. Directors approved initial funding for development over the 2nd half of 2013 and implementation in 2014 and 2015.

Through major industry and retail consultation, CFC determined points of alignment on a cohesive branding strategy that would grow the market for Canadian chicken. As a result, the brand strategy was designed for fresh Canadian chicken, at retail, to capitalize on Canadians' already positive view of Canadian farmers, and to focus on the importance of a Canadian identity.

The strategy is to convey that Canadian chicken farmers contribute to a healthier diet for Canadian families with fresh, nutritious chicken (which is low in fat and healthy). A cornerstone of the strategy is a logo indicating that the chicken comes from Canadian farmers.

Throughout 2013, CFC secured approval in principle from several major grocery retailers to participate in the national branding program and sought feedback on a draft

Colonel Hadfield and his family developed the "Back to Earth" chicken sandwich for the Great Canadian Chicken BBQ.

Licensing Agreement. In early 2014, contract negotiations will be initiated with interested processors and retailers.

The claim has been finalized: "Raised by a Canadian farmer™" and three logo designs will be tested among Canadian consumers in January 2014 to determine the 'winning' design. The claim and logo will be incorporated in retailers' and processors' private label offerings; in some cases, this will be a new feature, and in others, it will replace existing country of origin/Canadian/local claims.

The brand will be supported by a strong national traditional and digital marketing strategy as well, in English and French, which will see three major waves of TV and Magazine advertising including consumer contest prizing commencing in the late spring (in time for BBQ season), early fall and early winter periods. These three time periods correspond with grocery retailers' major consumer merchandising periods. The digital soft launch of the brand will begin in February 2014 – with a long-term, large scale online and social media blitz with messaging and promotion of the new logo and brand. The development of a customer mobile phone app is even included with this plan.

The launch will also be supported with materials and programming, and the logo and claim will be featured in some participating retailers' weekly flyers.

Agreements will start being signed by the end of January 2014 and many partners will be running down existing label inventory will begin February/March, making way for our new logo to be incorporated.

Canada Day

Chicken Farmers of Canada celebrated its 21st year as the National Sponsor of Canada Day in the Capital on July 1, 2013. To celebrate with a bang, Colonel Chris Hadfield and his family were asked to develop a recipe that would be served to the thousands of hungry fans that celebrate Canada Day in downtown Ottawa.

Fresh from his mission as Commander of the International Space Station, Colonel Hadfield and his family developed the "Back to Earth" chicken sandwich for the Great Canadian Chicken BBQ, which is held in Major's Hill Park.

The Back to Earth sandwich featured a 5 oz. grilled chicken breast marinated in lemon, garlic and pepper, orange juice, brown sugar, thyme and more!

Almost 10,000 fresh Canadian chicken breasts were seared to perfection at just one of the activities that visitors can participate in as they celebrate in the Chicken Corner of the park.

"It gave us great pride to serve the Hadfield family recipe as part of our Canada Day festivities," said Dave Janzen, Chair of CFC. "Commander Hadfield's family background is in farming, and his recent journey into space

has inspired Canadians from coast to coast – frankly, I can think of no better way to celebrate!"

As a part of our corporate social responsibility, we provide the Ottawa Food Bank with $0.50 from each sandwich and salad purchase. This year, proceeds from the sales and additional donations collected on Canada Day, totalling $4,147, were given to the food bank.

Health Communications

Consumer health and their interest in making healthy food and lifestyle choices continue to be big drivers of Chicken Farmers of Canada's outreach. Health attributes have been a major emphasis as we strive to educate consumers about the health benefits of chicken. These outreach activities are carried out through the promotion of online and print resources at health conferences and trade shows, and through social media.

Here are some of the conferences and festivals that Chicken Farmers of Canada attended or provided materials to:

- The National Women's Show (Toronto and Ottawa)
- Dietitians of Canada's Annual Conference (Victoria)
- Canadian Diabetes Association Professional Conference (Montreal)
- Ontario Society for Health & Fitness Annual Conference (Thornhill)
- Canadian Western Agribition (Saskatoon)
- Russell Fair (Russell)

Chicken Farmers of Canada also continues to write and solicit health and nutrition content for the monthly newsletter, the health section of the website, and the blog. These articles are resources that newsletter subscribers and visitors to the website can refer to in order to help them make healthy lifestyle and food choices, or just to see what other people have tried as part of their own healthy lifestyles.

NUTRITIONAL FACTSHEET SERIES

There continues to be strong demand and uptake for these nutritional tools that were created for free distribution by health professionals.

Chicken Farmers of Canada has been working closely with dietitians to enhance its two main sources of print material, namely its recipe booklet and nutritional factsheet series. There are now 12 nutrition factsheets in the series, as well as a snack and beverage, and weekly food journal. These are useful clinical aids and educational tools for those looking to change their eating habits and achieve a healthier lifestyle. Registered dietitians, nurses, pharmacists, nutritionists and other health professionals have been ordering these patient resources.

The factsheets are also available for provincial boards and consumers to view or download on our patient resources page: chicken.ca/health/patient_resources.

Partnership with Swimming Canada

Chicken Farmers of Canada made a significant contribution to the sport of swimming in Canada. We partnered with Swimming Canada to create a positive, consumer identification with fresh, Canadian chicken and the cardiovascular benefits of swimming as a choice of a healthy lifestyle. Swimming Canada recognized the partnership by being the first Canadian sport to name fresh, Canadian chicken "the official protein of swimming in Canada."

Major activities to raise consumer awareness of the partnership for healthy living included a traditional and social media campaign for a national contest to *Name the Pool Peeps* and the

development and launch of the digital *Team Kitchen* at Swimming Canada's new website "getswimming.ca." The partners also launched a *Swim Parent of the Month* campaign to increase digital traffic at the *Team Kitchen* site and encourage consumers to sign up as a member of the "world's largest swim team."

Swimming Canada also recognized the partnership by providing us prominent visibility with poolside signage, PSAs, video advertisements, a pop-up poster and the distribution of our recipe booklet and promotional stickers at major swimming events. Our health articles were featured in a weekly e-bulletin that reached over 8,000 people including athletes, coaches and the swimming public. Partnership activities will continue in 2014 to include consistent brand recognition throughout all communications and events, at the competitive and recreational levels.

Usage & Attitudes Survey 2013

Canadians surveyed as part of the Chicken Farmers of Canada 2013 Usage & Attitude Survey (U & A) have once again named chicken as their favourite meat!

The survey, conducted every three years, examines consumption and perceptions about general shopping habits, dining patterns and attitudes towards Canadian chicken versus imported product.

Results once again confirm that chicken is tops in the minds of Canadian grocery shoppers and continues to be an important part of their menus. Chicken has been the first choice of Canadians since 2004, when chicken per capita (per person) consumption passed beef for first place, where it has remained ever since.

This year's U & A survey, conducted by Leger Marketing, also reveals that Canadian shoppers believe that it is important for the chicken they buy to be from Canada (88%). This points to the need for more awareness on where our chicken comes from and presents an opportunity to identify the chicken we are buying as Canadian.

Canadian shoppers were very clear in their support for local farmers and choosing chicken produced right here in Canada. Around 81% of those surveyed agreed that it is important that the Canadian Government actively defend the interests of the Canadian chicken farmers.

The survey took place in late May 2013 with 2,002 participants and is considered accurate within +/- 2.2%.

New Chicken Websites

In order to retain or foster consumers' positive opinion of the chicken industry the chickenfarmers.ca website was revamped at the end of the year and launched early in the new year. By putting more of a face on the industry, and showing our hardworking farmers off in a new way, the site will help visitors "close the gap" and get a better handle on what our chicken farmers do and how they do it.

The website will also promote supply management as the framework that helps our farmers produce Canada's favourite protein and tells the story of why chicken is good for Canada and good for Canadians.

There is also going to be more done to build stronger links between chicken.ca and chickenfarmers.ca, to encourage our consumers to learn more about how their favourite protein gets from a family farm to their plate, to learn about chicken farmers and all the hard work they do to keep chicken healthy and safe.

As the site grows, more and more concrete examples of why Canadians should continue to love and trust our chicken will be uploaded and the site will become increasingly interactive. Another change was to build it on a responsive platform, similar to the chicken.ca website to allow mobile visitors to have better visit through auto page sizing depending on the device they are using. Mobile traffic to our websites has increased by over 300% in the past year and now represents over 46% of total visits.

Chicken.ca continues to be a go-to resource for Canadians as the site is a great resource for recipes, cooking tips, food safety information, meal planning, cooking terms and chicken cuts. Those are some of the top pages and sections that visitors to the site are searching for and then exploring. The top 10 pages for the site are almost all recipe related.

In 2013, the chicken.ca website was completely revamped, making it one of the first agriculture websites that was fully responsive to any device, meaning that all visitors would have an experience that was optimized for the device and display that they were using. Fun content that engages visitors to the site is another means of improving the conversations with consumers. A new Q & A section is under development and it will feature a collection of user questions and the relevant answers.

Social Media

The websites aren't the only tools we're using to reach consumers. Social media, and the relationships built online, continues to be a core focus for Chicken Farmers of Canada. Facebook fans "liked" us past the 4,500 mark in September – the goal for 2013 – and contest and giveaways kept the prize closet door revolving. Those used to be held on Facebook, but new Facebook rules meant we had to move the contests over to our own blog while still being able to promote them on our Facebook page. Despite a concern that this would lead to a drop in participation, the transition went well and it even allows for a greater relationship as visitors to the blog can see all the other great content that is available.

On Twitter, the evening chicken Twitter parties were well attended and averaged an impression reach of 7 million people while the "chicken chats", held during the day, made roughly 3 million impressions. The goals for 2013 were to have 3,000 followers (there are nearly 5,000 at year-end) and to have made 6,000 tweets. Pinterest is another social medium for us and is now one of the top referring sites, usually to our recipes, where our 500+ recipes and high quality photography are a great draw for visitors and their "pins".

Over on YouTube, the online video channel, Chicken Farmers of Canada now have over 145 videos on offer. They range from how-to videos to the new quick introduction to supply management video that was launched at the end of November. There have been over 500,000 views (our goal was 400,000) and there are 382 subscribers to the channel (the goal was 250). ■

PUBLIC RELATIONS STRATEGY

Directors approved the implementation of a public relations strategy aimed at providing accurate, responsive and timely information to consumers and media alike regarding Canada's chicken farmers' contribution to providing safe, healthy Canadian chicken, through its supply management system.

Supply management continues to be a target of unjust media attention, primarily as it relates to international trade negotiations. In the past, this attention has been limited to specific media commentators, economists and other agriculture industries. This coverage has been most pronounced around WTO Ministerial meetings or key negotiating sessions.

Since 2011, there has been an increasing amount of sustained and largely negative attention to Canada's supply management system on a scale to which we are unaccustomed. Due to the widening reach of these criticisms and misrepresentations – due in part to a changing media structure, including the proliferation of social media – Chicken Farmers of Canada finds itself in the position of having to shift into more of an activist role as it has a responsibility to inform and debunk these myths before Canadians adopt these erroneous views of supply management and Canada's chicken industry.

On its own, and together with the other national poultry groups, Chicken Farmers of Canada has committed to working on three initiatives – media monitoring and analysis, drafting media responses, and telling our good news stories. Working work together allows us to make our responses more impactful. Working independently gives us greater flexibility to maintain the confidence of consumers in the Canadian chicken industry.

A principal philosophy, running throughout both the proactive and reactive goals of the strategy, is that public support for our farmers and our system will maintain government support. By ensuring that the public feels positive towards our farmers and our chicken, we help

By ensuring that the public feels positive towards our farmers and our chicken, we help ensure that we have a network of support upon which we can rely.

ensure that we have a network of support upon which we can rely. This requires significant work in order to retain and foster consumers' positive opinion of Canadian chicken.

In 2013, we joined with the other poultry agencies and hired a public relations firm in January to monitor and respond to negative media coverage. Through the year, the poultry agencies had a number of letters to the editor and op-eds published.

In February, a new Public Relations Officer was hired to support this expanded role. The largest initiative of the poultry agencies was participation at the Federation of Canadian Municipalities convention in Vancouver in May. The diner-style booth serving great Canadian poultry offerings was the hit of the trade show. We shared the results of an Egg Farmers of Canada survey of mayors and reeves across the country.

A key finding was that overall, 90 per cent of all respondents said supply management was important to their communities. Eighty per cent of the mayors and reeves polled said that supply management is important to ensure the survival of Canada's family farms; 71 per cent said that opening the borders to imports would put family farms in jeopardy. If the entry of foreign products resulted in lower prices paid to farmers, 74 per cent believe there is no guarantee retailers would pass along any savings to consumers.

The Chicken Farmers of Canada public relations strategy will create a base of support for supply management and Canada's chicken farmers by:

- debunking the myths propagated through various media about supply management
- promoting the direct and ancillary benefits of viable and sustainable chicken farms
- helping consumers to understand the importance and care about Canadian chicken farms
- enhancing our image as farmers, industry and organizations as credible and not simply as defensive of interests
- being proactive in telling the positive supply management story in its entirety
- addressing or challenging reports (national and local press, think-tank publications, blogs, twitter) as they occur in a timely manner

The poultry industry strategy was completed in late-2013 and work on both strategies will continue into 2014 and will dovetail into the new branding strategy for fresh Canadian chicken that is being launched next spring. ■

Welch LLP

Independent Auditor's Report

The Minister
Agriculture and Agri-Food Canada

The Farm Products Council of Canada

The Members of
CHICKEN FARMERS OF CANADA

We have audited the accompanying financial statements of Chicken Farmers of Canada, which comprise the balance sheet as at December 31, 2013 and the statements of operations, changes in fund balances and cash flows for the year then ended, and a summary of significant accounting policies and other explanatory information.

Management's Responsibility for the Financial Statements
Management is responsible for the preparation and fair presentation of these financial statements in accordance with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations, and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

Auditor's Responsibility
Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit. We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we comply with ethical requirements and plan and perform the audit to obtain reasonable assurance about whether the financial statements are free from material misstatement.

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the financial statements. The procedures selected depend on the auditor's judgment, including the assessment of the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditor considers internal control relevant to the entity's preparation and fair presentation of the financial statements in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the entity's internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements.

We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our audit opinion.

Opinion
In our opinion, the financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of Chicken Farmers of Canada as at December 31, 2013 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations.

Welch LLP

Chartered Accountants
Licensed Public Accountants

Ottawa, Ontario
February 21, 2014.

Welch LLP – Chartered Accountants
1200-151 Slater Street, Ottawa, ON K1P 5H3
T: 613 236 9191 F: 613 236 8258 W: www.welchllp.com
An Independent Member of BKR International

CHICKEN FARMERS OF CANADA

BALANCE SHEET

DECEMBER 31, 2013

	2013	2012
ASSETS		
Current Assets		
Cash	$ 985,459	$ 1,468,972
Short-term investments (note 4)	2,417,432	3,943,954
Accounts receivable	1,351,203	1,220,478
Government remittances receivable	20,803	7,907
Restricted cash (note 5)	-	235,930
Prepaid expenses	124,048	80,089
	4,898,945	6,957,330
Investments (note 4)	13,133,748	12,334,647
Tangible Capital Assets (note 6)	389,539	443,112
	$ 18,422,232	$ 19,735,089
LIABILITIES AND FUND BALANCES		
Current Liabilities		
Accounts payable and accrued liabilities	$ 897,800	$ 718,356
Deferred revenue (note 5)	-	235,930
Current portion of deferred lease inducement (note 7)	11,429	12,761
	909,229	967,047
Long-Term Portion of Deferred Lease Inducement (note 7)	97,324	108,752
	1,006,553	1,075,799
Fund Balances		
Internally restricted – Promotion Fund	3,484,639	3,626,412
Internally restricted – Research Fund	5,522,903	5,600,257
Unrestricted – General Fund	8,408,137	9,432,621
	17,415,679	18,659,290
	$ 18,422,232	$ 19,735,089

On behalf of the Board:

Barry Uyterlinde
Finance Committee, Director

Derek Janzen
Finance Committee, Director

Peter Vale
Finance Committee, Director

(See accompanying notes)

CHICKEN FARMERS OF CANADA

STATEMENT OF OPERATIONS

YEAR ENDED DECEMBER 31, 2013

	2013				2012
	Promotion Fund	Research Fund	General Fund	Total	Total
Revenue					
Levy and fee revenue	$ -	$ -	$ 6,235,172	$ 6,235,172	$ 6,117,215
Interest	74,731	128,307	189,791	392,829	473,323
Overmarketing and market development levies	574,539	-	-	574,539	400,695
Other revenue	-	-	248,501	248,501	171,849
	649,270	128,307	6,673,464	7,451,041	7,163,082
Expenses					
Amortization of tangible capital assets	-	-	81,308	81,308	81,570
Canadian Poultry Research Council	-	150,802	-	150,802	60,000
Committees	-	-	282,539	282,539	314,867
Communication	-	-	433,911	433,911	363,942
Corporate social responsibilities	-	-	56,249	56,249	56,647
Directors and alternates	-	-	1,547,222	1,547,222	1,116,039
Information technology	-	-	281,804	281,804	317,155
Membership fees	-	-	130,801	130,801	131,804
Office	-	-	590,059	590,059	590,940
Professional fees	-	-	582,770	582,770	561,177
Promotion activities	111,833	-	-	111,833	-
Salaries, benefits and travel	-	-	2,704,313	2,704,313	2,457,952
Special studies	644,597	-	673,383	1,317,980	1,111,086
Trade	-	-	101,952	101,952	98,482
Translation	-	-	148,119	148,119	141,891
	756,430	150,802	7,614,430	8,521,662	7,403,552
Deficiency of revenue over expenses from operations	(107,160)	(22,495)	(940,966)	(1,070,621)	(240,470)
Net decrease on investments	(34,613)	(54,859)	(83,518)	(172,990)	(201,801)
Deficiency of revenue over expenses	$ (141,773)	$ (77,354)	$(1,024,484)	$(1,243,611)	$ (442,271)

(See accompanying notes)

CHICKEN FARMERS OF CANADA

STATEMENT OF CHANGES IN FUND BALANCES

YEAR ENDED DECEMBER 31, 2013

	2013				2012
	Promotion Fund	Research Fund	General Fund	Total	Total
Balance, beginning of year	$ 3,626,412	$ 5,600,257	$ 9,432,621	$ 18,659,290	$ 19,101,561
Deficiency of revenue over expenses	(141,773)	(77,354)	(1,024,484)	(1,243,611)	(442,271)
Balance, end of year	$ 3,484,639	$ 5,522,903	$ 8,408,137	$ 17,415,679	$ 18,659,290

(See accompanying notes)

CHICKEN FARMERS OF CANADA

STATEMENT OF CASH FLOWS

YEAR ENDED DECEMBER 31, 2013

	2013	2012
CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES		
Deficiency of revenue over expenses	$ (1,243,611)	$ (442,271)
Items not affecting cash:		
Amortization of net premiums on investments	53,705	61,087
Amortization of tangible capital assets	81,308	81,570
Amortization of lease inducements	(12,760)	(12,760)
Gain on disposal of tangible capital assets	-	(825)
Decrease on investments	172,990	201,801
	(948,368)	(111,398)
Changes in level of:		
Accounts receivable	(130,725)	(119,934)
Prepaid expenses	(43,959)	6,038
Accounts payable and accrued liabilities	179,444	(86,153)
Government remittances - net	(12,896)	(27,819)
Deferred revenue	(235,930)	(164,623)
Deferred lease inducement	-	10,245
	(1,192,434)	(493,644)
CASH FLOWS FROM INVESTING ACTIVITIES		
Purchase of tangible capital assets	(27,735)	(35,935)
Proceeds from sale of tangible capital assets	-	825
Purchase of investments	(3,407,274)	(3,754,347)
Proceeds from sale of investments	3,908,000	3,826,000
Decrease in restricted cash	235,930	546,400
	708,921	582,943
INCREASE (DECREASE) IN CASH	(483,513)	89,299
CASH, BEGINNING OF YEAR	1,468,972	1,379,673
CASH, END OF YEAR	$ 985,459	$ 1,468,972

(See accompanying notes)

NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

YEAR ENDED DECEMBER 31, 2013

1. Activities of the Organization

OBJECTIVE OF THE ORGANIZATION

The Chicken Farmers of Canada (CFC), incorporated pursuant to the *Farm Products Agencies Act*, was established to ensure the orderly marketing of chicken in Canada. CFC is exempt from income taxes under section 149(1)(e) of the *Income Tax Act*.

LEVY AND FEE REVENUE

CFC charges levies to farmers based on chicken marketings in inter-provincial and export trade and receives fees in relation to intra-provincial trade.

2. Significant Accounting Policies

BASIS OF ACCOUNTING

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations.

USE OF ESTIMATES

The preparation of financial statements in conformity with Canadian accounting standards for not-for-profit organizations requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenue and expenses and disclosure of contingent assets and liabilities. These estimates are reviewed annually and as adjustments become necessary, they are recognized in the financial statements in the period they become known.

Management makes accounting estimates when determining the estimated useful life of CFC's tangible capital assets and the related amortization expense, the net realizable value of accounts receivable and in the determination of significant accrued liabilities. Actual results could differ from these estimates.

FUND ACCOUNTING

Resources are classified for accounting and reporting purposes into funds that are in accordance with specific activities, or objectives. Accordingly, separate accounts are maintained for the General Fund as well as for the Promotion and Research Funds, which are internally restricted.

The General Fund accounts for operating and administrative activities as well as all transactions related to tangible capital assets and other interest revenue not allocated to the other funds.

The Promotion Fund reports the overmarketing and market development levies collected and also reports expenses that relate to the promotion and marketing of chicken, as indicated in the Market Development Policy and the Monitoring and Enforcement Policy, and expenses incurred in collecting overmarketing and market development levies. It also reports interest earned on resources held for the purpose of the Promotion Fund.

The Research Fund reports interest earned on resources held for research purposes and expenses for research projects related to the poultry industry in Canada.

REVENUE RECOGNITION

CFC recognizes revenue using the deferral method of accounting for contributions.

Levies are recognized as revenue during the year when received or receivable if amounts can be reasonably estimated and collection is reasonably assured.

FINANCIAL INSTRUMENTS

Cash, short-term investments and investments are initially recognized and subsequently measured at fair value.

All other financial instruments are subsequently measured at amortized cost.

INVESTMENTS

Interest on interest-bearing investments is calculated using the effective interest rate method.

The fair values of investments are based on quoted market prices when available. If quoted market prices are not available, fair values are estimated using quoted market prices of similar investments or other third-party information.

Transaction costs related to investments are expensed as incurred. Gains and losses on investments, including unrealized gains and losses, are recorded in the statement of operations.

2. Significant Accounting Policies (Cont'd.)

TANGIBLE CAPITAL ASSETS

Tangible capital assets are recorded at cost.

Amortization is calculated using the straight-line method over their anticipated useful lives. Terms are as follows:

Office equipment	10 years
Computer equipment	3 years
Leasehold improvements	Term of lease

DEFERRED LEASE INDUCEMENTS

Deferred lease inducements represent rent free periods and funding for leasehold improvements and photocopiers. Deferred lease inducements are amortized over the lease term on a straight-line basis and are recorded as a reduction in office expense.

3. Financial Instruments

CFC is exposed to various risks through its financial instruments. The following analysis provides a measure of CFC's risk exposure and concentrations at December 31, 2013.

CFC does not use derivative financial instruments to manage its risk.

CREDIT RISK

CFC is exposed to credit risk resulting from the possibility that parties may default on their financial obligations. CFC's maximum exposure to credit risk represents the sum of the carrying value of its cash, short-term investments, investments and accounts receivable. CFC's cash is deposited with a Canadian chartered bank and short-term investments and investments are government issued and as a result management believes the risk of loss on these items to be remote. CFC manages its credit risk by reviewing accounts receivable aging monthly and following up on outstanding amounts. Management believes that all accounts receivable at year end will be collected.

LIQUIDITY RISK

Liquidity risk is the risk that CFC cannot meet a demand for cash or meet its financial obligations when they become due. CFC manages its liquidity requirements by preparing and monitoring detailed forecasts of cash flow from operations, anticipating investing and financing activities and monitoring future cash flow requirements on a regular basis.

MARKET RISK

Market risk is the risk that the fair value or future cash flows of a financial instrument will fluctuate because of changes in market prices. Market risk is comprised of currency risk, interest rate risk and other price risk.

i) Currency risk

Currency risk is the risk that the fair value of instruments or future cash flows associated with the instruments will fluctuate relative to the Canadian dollar due to changes in foreign exchange rates.

CFC's financial instruments are denominated in Canadian dollars and it transacts primarily in Canadian dollars. As a result, management does not believe it is exposed to significant currency risk.

ii) Interest rate risk

Interest rate risk refers to the risk that the fair value of financial instruments or future cash flows associated with the instruments will fluctuate due to changes in market interest rates.

CFC is exposed to interest rate risk on its investments that bear interest at fixed rates. Management attempts to limit its exposure to interest rate risk by staggering the maturity dates of its fixed income investments.

iii) Other price risk

Other price risk refers to the risk that the fair value of financial instruments or future cash flows associated with the instruments will fluctuate because of changes in market prices (other than those arising from currency risk or interest rate risk), whether those changes are caused by factors specific to the individual instrument or its issuer or factors affecting all similar instruments traded in the market.

CFC is not exposed to other price risk.

CHANGES IN RISK

There have been no changes in CFC's risk exposures from the prior year.

4. Investments

	2013		2012	
	COST	FAIR VALUE	COST	FAIR VALUE
Short-term investments	$ 2,409,901	$ 2,417,432	$ 3,921,885	$ 3,943,954
Guaranteed Investment Certificates (GICs)	500,000	500,000	1,300,000	1,300,000
Canada Housing Trust bonds	12,388,769	12,380,696	10,643,750	10,778,810
Government of Canada bond	247,667	253,052	247,485	255,837
	13,136,436	13,133,748	12,191,235	12,334,647
	$ 15,546,337	$ 15,551,180	$ 16,113,120	$ 16,278,601

Short-term investments are comprised of Canada Housing Trust bonds and Guaranteed Investment Certificates which mature over the next year bearing interest at rates that range from 2.20% to 4.12% (2012 - 3.60% to 4.53%).

Bonds are debt obligations paying interest rates appropriate to market at their date of purchase. The bonds and GIC's mature at face value on a staggered basis over the next seven years (2012 - six years). Interest rates for these securities range from 1.70% to 4.10% (2012 - 1.70% to 4.12%).

INVESTMENT RISK

The maximum investment risk to CFC is represented by the fair value of the investments. Investments in financial instruments also include the risks arising from the failure of a party to a financial instrument to discharge an obligation when it is due.

CONCENTRATION OF RISK

Concentration of risk exists when a significant proportion of the portfolio is invested in securities with similar characteristics or subject to similar economic, political or other conditions. Management believes that investment concentrations described do not represent excessive risk.

5. Deferred Revenue and Restricted Cash

In 2005, CFC received $875,956 as full and final payment of a vitamins class action settlement. The monies received are to be used by CFC to decrease the cost of on-farm audits of CFC's Food Safety Assurance Program, to enhance or increase on-farm biosecurity, and to allocate funds to research and development for protocols and methods to alleviate and contain any foreign animal disease outbreak in Canada.

In 2011, CFC received $94,638 as full and final payment of a methionine class action settlement. The monies received are to be used by CFC for the benefit of Canadian chicken farmers and CFC.

Changes in the deferred revenue account for the year are as follows:

	2013			2012		
	METHIONINE	VITAMIN	TOTAL	METHIONINE	VITAMIN	TOTAL
Balance, beginning of year	$ 96,813	$ 139,117	$ 235,930	$ 95,617	$ 304,936	$ 400,553
Interest earned	1,013	1,455	2,468	1,196	3,810	5,006
Recognized as revenue	(97,826)	(140,572)	(238,398)	-	(169,629)	(169,629)
Balance, end of year	$ -	$ -	$ -	$ 96,813	$ 139,117	$ 235,930

The expenses incurred of $238,398 (2012 - $169,629) were used to enhance or increase on-farm biosecurity; and for research and development for protocols and methods to alleviate and contain any foreign animal disease outbreak in Canada. Interest earned is included as interest in the General Fund. Deferred revenue recognized during the year is reported as other revenue in the General Fund.

6. Tangible Capital Assets

	2013		2012	
	COST	ACCUMULATED AMORTIZATION	COST	ACCUMULATED AMORTIZATION
Office equipment	$ 393,937	$ 310,464	$ 393,937	$ 296,868
Computer equipment	274,096	197,412	246,360	162,281
Leasehold improvements	436,319	206,937	436,319	174,355
	1,104,352	$ 714,813	1,076,616	$ 633,504
Less accumulated amortization	714,813		633,504	
Net book value	$ 389,539		$ 443,112	

7. Deferred Lease Inducement

In 2010, CFC entered into a lease agreement which expires in 2020, which included an inducement for leasehold improvements of $123,252 as well as granting CFC seven rent free months over the term of the lease as outlined in the lease agreement.

Also during 2010, CFC entered into a lease agreement on two photocopiers which included an inducement of $5,327. This inducement expired during the year.

	2013	2012
Balance, beginning of year	$ 121,513	$ 124,028
Additions during the year	-	10,245
Amount amortized to expense during the year	(12,760)	(12,760)
Balance, end of year	108,753	121,513
Current portion	11,429	12,761
Long-term portion	$ 97,324	$ 108,752

8. Commitments

CFC is committed under the terms of lease contracts with various expiry dates for the rental of premises and office equipment. Minimum lease payments are:

2014	$ 175,202
2015	159,533
2016	189,768
2017	162,150
2018	173,602
2019–2020	237,500
	$ 1,097,555

9. Employee Pension Plan

CFC has a defined contribution pension plan providing benefits to employees. The contribution is a net percentage of the employees' annual income. The total contributions made by CFC under this plan in 2013 was $109,124 (2012 - $96,022).

10. Comparative Figures

Comparative figures have been reclassified where necessary to conform with the presentation adopted for the current year.

Le poulet :

un bon choix pour le Canada, un bon choix pour les Canadiens

Rapport Annuel 2013

Les Producteurs de poulet du Canada
Chicken Farmers of Canada

À l'intention du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, l'honorable Gerry Ritz, et du Conseil des produits agricoles du Canada.

Table des matières

Qui sommes-nous? • 4
Rapport du président • 6
Conseil d'administration, Comités et personnel • 8
Message du Directeur exécutif • 10
Qui nous sommes • 12
Responsabilité sociale de l'entreprise • 13
Planification stratégique • 14
Ce que nous faisons • 18
Soins aux animaux • 20
L'utilisation d'antimicrobiens • 21
Salubrité des aliments à la ferme • 23
La recherche avicole au Canada • 24
26 • Comment ça marche?
28 • Croissance différentielle
29 • Surveillance du marché
35 • Suivi et application
36 • Nos défis
38 • Relations gouvernementales
40 • La volaille de réforme
41 • Commerce international
44 • Communications et sensibilisation
48 • Stratégie de relations publiques
50 • Rapport des vérificateurs et états financiers

Les Producteurs de poulet du Canada
Chicken Farmers of Canada

Les Producteurs de poulet du Canada
350, rue Sparks, bureau 1007, Ottawa (Ontario) K1R 7S8
Tél : (613) 241-2800 Téléc : (613) 241-5999
Courriel : ppc@poulet.ca Site Web : www.poulet.ca

Conçu à l'interne. Imprimé par Tri-Co Evolution.

INTRODUCTION

Bon pour le Canada

Quand on parle d'animaux de la ferme, les poulets ne sont pas de très grande taille, mais leur impact sur l'économie canadienne est très important. Comme l'industrie canadienne du poulet profite à la fois aux économies urbaine et rurale d'un bout à l'autre du pays, il est facile de voir comment le poulet est un bon choix pour le Canada.

Les producteurs canadiens de poulet constituent une force stabilisatrice dans le Canada rural, où ils peuvent réinvestir avec confiance dans leurs communautés, mais leur impact est beaucoup plus important. En somme, nous faisons partie de la solution économique du Canada, nous apportons notre contribution sans subventions et nous sommes très fiers de ces deux aspects.

Bon pour les Canadiens

Les gens accordent beaucoup d'importance à leur nourriture. Ils veulent connaître la provenance et avoir l'assurance que ce qu'ils servent à leur famille et à leurs amis est de la plus haute qualité. Nos producteurs et leurs familles ont les mêmes soucis. Par conséquent, quand nous disons que l'industrie avicole canadienne est bonne pour les Canadiens, c'est parce que nous savons que nous élevons nos poulets selon les normes les plus rigoureuses : les vôtres.

Comment savons-nous ce que sont vos normes? Vous nous l'avez dit.

Les Canadiens nous ont dit qu'ils veulent des aliments frais de haute qualité, produits localement par des producteurs qui prennent soin de leurs animaux. Les producteurs de poulet du Canada sont fiers de livrer la marchandise.

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA LIVRENT DES ALIMENTS FRAIS ET PRODUITS LOCALEMENT

Comme l'élevage de poulet a lieu toute l'année dans chaque province d'un océan à l'autre, les consommateurs canadiens ont l'assurance d'une source stable d'approvisionnement en poulets élevés localement. Sachant que le poulet est la viande la plus consommée au Canada, ce n'est pas une mince affaire!

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA LIVRENT DES ALIMENTS SALUBRES

Nous sommes très fiers d'être le premier secteur agroalimentaire à obtenir la pleine reconnaissance officielle du gouvernement – aux niveaux fédéral, provincial et territorial – pour notre Programme vérifiable d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme. Nous avons aussi optimisé notre système de gestion de l'offre afin de rendre le programme obligatoire dans toutes les provinces. À l'heure actuelle, 98 % des producteurs de poulet du Canada sont certifiés en vertu du programme.

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA LIVRENT EN TERMES DE SOINS AUX ANIMAUX

L'industrie canadienne du poulet fait en sorte que les rigoureux règlements qui régissent le soin et la manipulation de nos oiseaux soient observés. Les Producteurs de poulet du Canada démontrent tout particulièrement un niveau élevé de soins grâce à leur Programme de soins aux animaux vérifiable et leur participation à un comité national cherchant à faire avancer la programmation des soins aux animaux au Canada.

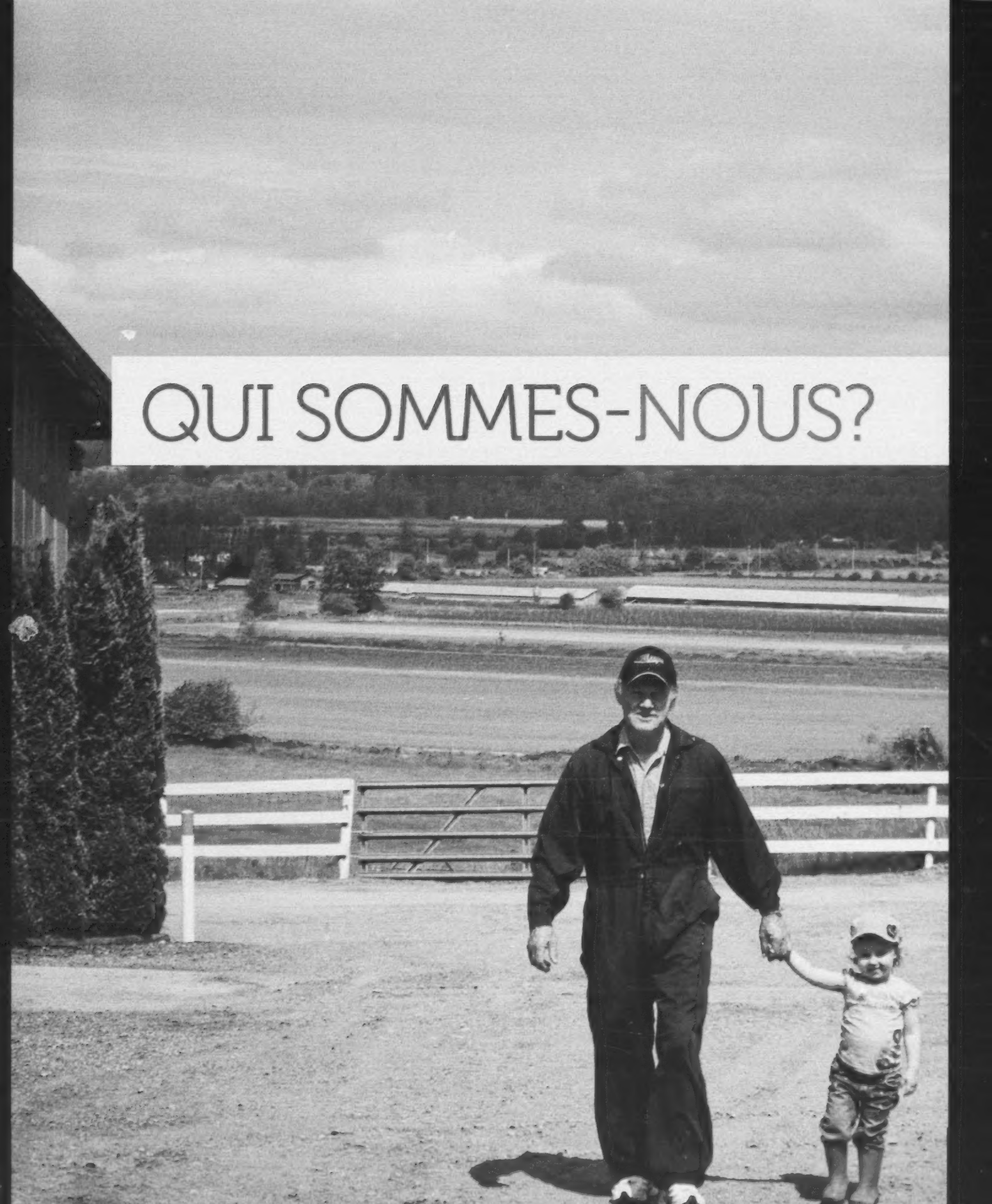
L'INDUSTRIE CANADIENNE DU POULET LIVRE UN PRODUIT DE BONNE VALEUR

Grâce à la stabilité que fournit notre système de gestion de l'offre, les Canadiens peuvent compter sur une source d'approvisionnement en poulets frais canadiens de haute qualité et à prix raisonnables. En réalité, les Canadiens ne dépensent qu'environ 10 % de leur revenu disponible pour TOUS leurs aliments. Il faut toutefois se rappeler que les producteurs de poulet ne fixent pas les prix de vente au détail ou au restaurant et qu'ils ne reçoivent qu'une petite fraction, environ 10 % de ce que paient les consommateurs; c'est souvent moins cher que le pourboire que touche le serveur.

L'INDUSTRIE CANADIENNE DU POULET LIVRE EN TERMES DE RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE

Même si nous travaillons sans relâche pour veiller à ce que les gens dans tout le pays aient accès à une source stable d'approvisionnement en poulets, nous reconnaissons que, malheureusement, ce ne sont pas tous les Canadiens qui ont les moyens de payer pour le logement et la nourriture dont ils ont besoin. Désireux de faire leur part, les Producteurs de poulet du Canada font des dons réguliers – de nourriture et d'argent – aux banques d'alimentation partout au Canada et se portent volontaires pour recueillir et trier la nourriture. Au cours des quatre dernières années, les PPC ont versé près de 250 000 $ aux banques d'alimentation. ■

QUI SOMMES-NOUS?



Rapport du président
Conseil d'administration, Comités et personnel
Rapport du Directeur exécutif
Qui nous sommes
Responsabilité sociale de l'entreprise
Planification stratégique

Bon pour le Canada
Rapport du président

Les producteurs de poulet du Canada sont fiers d'élever le poulet canadien frais et de grande qualité que nous aimons tous.

Une raison explique pourquoi nous sommes les préférés des Canadiens. En fait, il existe de nombreuses raisons, qui vont de nos producteurs dévoués à nos programmes mis en œuvre à la ferme qui nous aident à bien prendre soin de nos oiseaux. Les principaux enjeux auxquels nous avons été confrontés en 2013 étaient la croissance différentielle, la volaille de réforme et la production de spécialité, mais vous en apprendrez sur d'autres enjeux dans les pages suivantes.

Du côté des politiques, les Producteurs de poulet du Canada ont fait face à plusieurs défis tout au long de l'année. Notre système d'allocation, qui continue d'évoluer, constitue un défi continu pour l'organisation et l'industrie. Au cours de la dernière année, nous avons travaillé sans relâche et nous nous sommes rencontrés régulièrement pour déterminer la future voie de l'industrie canadienne du poulet. Beaucoup de progrès a été accompli, mais en fin de compte, les derniers morceaux du casse-tête ne sont pas encore réunis. Nous n'avons pas encore tout à fait atteint l'objectif fixé par l'industrie. Nous sommes sur la bonne voie, mais le chemin est encore semé de pièges et d'embûches.

Nous devons prendre les bonnes décisions pour soutenir une industrie canadienne du poulet solide et efficace qui continue de servir le consommateur canadien. Nous devons maintenir nos affaires en ordre. Un de nos principaux engagements pour 2014 sera l'établissement d'une entente d'allocation à long terme pour régir l'établissement de l'allocation et régler la question de la croissance différentielle. Nous avons signé une entente de six périodes pour nous assurer une certaine stabilité et une marge de manœuvre afin de conclure cette entente à long terme et en octobre, un médiateur a été embauché.

Les consommateurs aiment notre produit et le poulet demeure en tête devant le bœuf en ce qui a trait à la consommation par habitant. Ce statut de première place pourrait être touché par un autre problème dans notre industrie – la volaille de réforme. Au cours des dernières années, les importations de volaille de réforme ont augmenté et ont remplacé la production canadienne réelle à hauteur de 97 millions de kilogrammes en 2013, ce qui représente près de 600 millions de dollars en contributions au PIB.

Il s'agit d'environ 10 % de la production canadienne de poulet ainsi que de près de 9 000 emplois supprimés.

Nous sommes une force motrice dans l'économie canadienne; nos 2 700 producteurs

Pourquoi nous sommes les préférés des Canadiens

de poulet et 185 transformateurs génèrent de l'emploi, de la richesse et aident à soutenir des communautés agricoles dans chaque province partout au pays. Particulièrement, l'industrie :

- maintient 56 000 emplois;
- contribue au produit intérieur brut du Canada à hauteur de 6,5 milliards de dollars;
- verse 1,3 milliard de dollars en taxes (au lieu de demander l'argent des contribuables au moyen de subventions);
- achète 2,4 millions de tonnes de provendes, appuyant ainsi d'autres producteurs.

Nous avons travaillé de pair avec différents secteurs du gouvernement en 2013, la question est compliquée et de nombreux ministères sont touchés. Nous avons rencontré Sécurité publique Canada, le ministère responsable des services frontaliers du Canada, Agriculture et Agroalimentaire Canada, Santé Canada, le ministère responsable de l'Agence canadienne d'inspection des aliments, les ministères des Finances et du Commerce international.

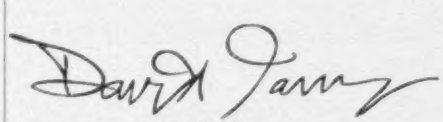
Un gros merci au ministre de l'Agriculture, Gerry Ritz, pour avoir mené les efforts visant à régler cette question controversée. Il a fait preuve de diligence dans ses efforts de leadership pour trouver et mettre en œuvre des solutions, et avec ses collègues ministres, il a appuyé les objectifs de l'industrie canadienne du poulet visant à déceler toutes les importations illégales de volaille de réforme et à les éliminer.

Il est important d'avoir l'appui solide du gouvernement lors de discussions sur les politiques et j'aimerais profiter de cette occasion pour remercier le ministre Ritz et le ministre du Commerce international, Ed Fast, pour leur appui indéfectible envers l'industrie canadienne du poulet et la gestion de l'offre, tant à l'échelle nationale qu'internationale.

La production de spécialité, une autre des grandes préoccupations en matière de politique en 2013 qui démontre notre capacité de réaction aux demandes du marché et du consommateur, a été réglée en novembre et une nouvelle politique sur la production de spécialité est entrée en vigueur. Les définitions de poulet de spécialité et de contingent fédéral de poulet de spécialité, ainsi qu'une série de conditions applicables au permis de poulet de spécialité qui sera détenu par les demandeurs ont été ajoutées aux règlements afférents.

J'aimerais remercier mes collègues du Comité exécutif, ainsi que le reste du Conseil d'administration pour leur travail acharné, leur dévouement et les efforts supplémentaires demandés, et déployés, en 2013.

Durant cette période, le Conseil d'administration et le Comité exécutif ont reçu un niveau élevé de soutien de la part du personnel afin de veiller à ce que nous disposions de l'information nécessaire, du soutien nécessaire et de l'expertise nécessaire pour prendre des décisions éclairées et exactes à la table de discussion du Conseil d'administration. Dirigé par Mike Dungate, le personnel des Producteurs de poulet du Canada est la grande raison de nos succès et devrait être félicité pour ses efforts visant à aider à faire du poulet un bon choix pour le Canada. ■



Dave Janzen, Président

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Dave Janzen
Colombie-Britannique

Reg Cliche
Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV)

Yvon Cyr
Nouveau-Brunswick

Martin Dufresne
Québec

Vernon Froese
Manitoba

Luc Gagnon
CCTOV

Matthew Harvie
Nouvelle-Écosse

Ian Hesketh
Association canadienne des surtransformateurs de volailles

David Hyink
Alberta

Derek Janzen
Colombie-Britannique

Rudy Martinka
Saskatchewan

Ed O'Reilly
Terre-Neuve-et-Labrador

Adrian Rehorst
Ontario

Barry Uyterlinde
Île-du-Prince-Édouard

Peter Vale
Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires

COMITÉS

Exécutif :

Président – Dave Janzen
Premier vice-président – Adrian Rehorst
Deuxième vice-président – Martin Dufresne
Membre exécutif – Yvon Cyr

Finances :

Président – Barry Uyterlinde
Derek Janzen
Peter Vale

Relations avec les consommateurs :

Président – Adrian Rehorst
Matthew Harvie
Lucy McKee

Politiques :

Président – Yvon Cyr
Martin Dufresne
Vernon Froese
Luc Gagnon
Ian Hesketh

Production :

Président – Reg Cliche
Paul Cook
Benoit Fontaine (remplaçant du Qc.)
David Hyink
Tim Klompmaker (remplaçant de l'Ontario)

Représentants

Fédération canadienne de l'agriculture (FCA) : Derek Janzen

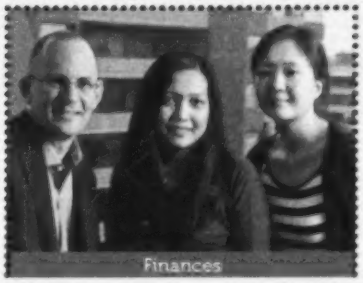
Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC) : Ed O'Reilly

Conseil national pour le soin des animaux d'élevage (CNSAE) : Tim Klompmaker

Conseil national de la santé et du bien-être des animaux d'élevage (CNSBAE) : David Hyink

LE PERSONNEL

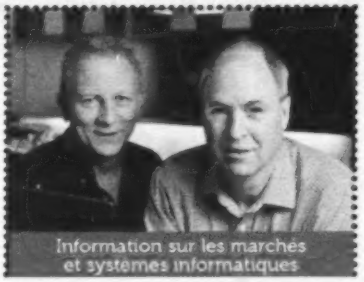
Direction


Finances

Administration et Ressources humaines

Communications

Commerce et Politiques


Information sur les marchés et systèmes informatiques

Salubrité des aliments, Soins aux animaux et Recherche

Direction

Stéphanie Turple, Adjointe de direction

Lise Newton, Conseillère principale en relations gouvernementales

Mike Dungate, Directeur exécutif

Finances

Michael Laliberté, Directeur des opérations

Maria Elena Baisas, Comptable

Jae Yung Chung, Agente principale des finances

Lori Piché*, Agente de conformité (congé de maternité)

Administration et Ressources humaines

Paula Doucette, Directrice de l'administration et des ressources humaines

Rebecca Derry, Coordonnatrice des réunions et secrétaire

Isabelle Dean, Coordonnatrice des services administratifs

Dally-Diane Nzinahora, Coordonnatrice des traductions

Lisa Riopelle, Coordonnatrice des services administratifs et des ressources humaines

Communications

Marty Brett, Agent principal des communications

Elyse Ferland, Agente des communications

Alex Latus, Agent des relations publiques

Stephanie St.Pierre, Conceptrice graphique

Lisa Bishop-Spencer, Directrice des communications

Gail Lush*, Agente des communications sur la santé

Commerce et Politiques

Yves Ruel, Directeur du commerce et des politiques

Nico Tavchandjian, Analyste du commerce et des politiques

Information sur les marchés et systèmes informatiques

Jan Rus, Directeur de l'information sur les marchés et des systèmes informatiques

Denis Nadeau, Analyste des systèmes de gestion

Erin Danielson*, Analyste des marchés

Salubrité des aliments, Soins aux animaux et Recherche

Steve Leech, Directeur des programmes nationaux

Caroline Wilson, Coordonnatrice du PASAF

Jennifer Gardner, Coordonnatrice des soins aux animaux et de la recherche

*Absent de la photo

Bon pour les Canadiens

Rapport du Directeur exécutif

Le poulet élevé au Canada est non seulement une bonne chose pour le Canada, mais l'est aussi pour les Canadiens.

Les Producteurs de poulet du Canada sont fiers d'être avant-gardistes. En 2013, les administrateurs des PPC ont approuvé un plan stratégique quinquennal visant à stimuler la demande pour le poulet élevé au Canada. Cette croissance prendra appui sur des efforts axés sur les besoins des clients et des consommateurs. Les Canadiens l'ont dit clairement : ils veulent savoir d'où vient leur nourriture, la façon dont elle est produite, et ce qu'elle contient.

Les Producteurs de poulet du Canada comprennent que s'ils veulent conserver la confiance des Canadiens, ils doivent être à la fine pointe du changement. En 2013, nous avons montré encore une fois que nous étions à la hauteur de la situation.

En mars, le ministre Ritz a annoncé que les PPC étaient la première organisation nationale à recevoir la pleine reconnaissance officielle du gouvernement – à l'échelle fédérale, provinciale, et territoriale - pour leur programme vérifiable de salubrité des aliments à la ferme. Les offices provinciaux se sont appuyés sur leurs règlements en matière de gestion de l'offre pour rendre le programme obligatoire dans chaque province, et 98 % des producteurs de poulet canadiens sont maintenant certifiés dans le cadre du programme.

En juillet, les administrateurs des PPC ont approuvé une stratégie de réduction des agents antimicrobiens qui comprend l'élimination de l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie I sur les fermes d'élevage de poulet au Canada.

En novembre, les administrateurs ont aussi approuvé une nouvelle politique sur la production de spécialité afin de mieux servir les marchés non traditionnels et répondre aux préférences des consommateurs.

En décembre, suite à la période d'application graduelle des exigences en matière de densité, les PPC ont procédé à la mise en œuvre intégrale de leur programme de soins aux animaux. Près de 95 % des producteurs de poulet sont désormais certifiés en vertu de ce programme.

Durant l'année, les PPC et les offices provinciaux ont consacré beaucoup de temps et de ressources à la modification du système d'allocation afin de s'assurer que les Canadiens de tous les coins du pays aient

Les Producteurs de poulet du Canada comprennent que s'ils veulent conserver la confiance des Canadiens, ils doivent être à la fine pointe du changement.

accès à un approvisionnement stable de poulet canadien frais et de qualité à longueur d'année.

Les Canadiens nous ont fait savoir qu'ils veulent du poulet produit conformément aux normes les plus rigoureuses - et surtout – du poulet canadien ! Cela souligne la nécessité de faire mieux comprendre la provenance de nos poulets. À cette fin, les administrateurs des PPC ont approuvé l'élaboration d'une stratégie d'image de marque qui sera lancée en 2014.

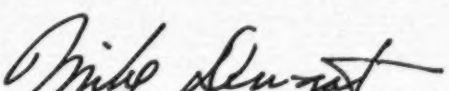
Il n'est jamais facile de s'adapter au changement. Par exemple, nous éliminons l'utilisation préventive des antibiotiques de catégorie I, parce que c'est plus facile – non; parce que c'est moins cher – non; nous le faisons parce que c'est la bonne chose à faire. Nous effectuons des recherches exhaustives fondées sur la science, mais nos efforts vont encore plus loin. Nous passons à l'action.

Voilà l'histoire positive que nous devons mieux raconter. La gestion de l'offre a toujours eu ses détracteurs, mais la couverture médiatique récente et en ligne a été soutenue par des exagérations et des arguments non valides. Ces mythes et fausses vérités sont préjudiciables à nos relations avec les Canadiens.

Les producteurs de poulet canadiens sont fiers de ce qu'ils font, de leurs contributions à leurs communautés locales et à l'ensemble du Canada. Les Canadiens peuvent compter sur un approvisionnement régulier de poulet canadien frais, de qualité et à des prix raisonnables grâce à la stabilité qu'assure notre système de gestion de l'offre.

Alors que nos producteurs gagnent leur vie grâce au marché, ils ne fixent pas les prix que vous payez pour le produit à l'épicerie ou au restaurant. Ils ne reçoivent qu'une petite fraction de ce que les consommateurs paient, soit environ 10 %, une part généralement inférieure à celle du pourboire d'un serveur.

Grâce au nouveau plan stratégique, au Conseil d'administration proactif et responsable dirigé par Dave Janzen, et au personnel dévoué, les Producteurs de poulet du Canada sont prêts à entamer cette nouvelle année avec une nouvelle vision, une mission dynamique, le tout axé sur les consommateurs de sorte que nous puissions continuer de montrer que nous sommes non seulement bons pour le Canada, mais aussi pour les Canadiens. ■



Mike Dungate, Directeur exécutif

QUI NOUS SOMMES

Notre mandat

Le mandat des Producteurs de poulet du Canada comporte deux grands volets. Notre principale responsabilité est de veiller à ce que nos 2 700 producteurs produisent la bonne quantité de poulet frais, salubre et de grande qualité pour répondre aux besoins des consommateurs canadiens. C'est pourquoi les producteurs, les transformateurs, les surtransformateurs et les représentants du secteur de la restauration de l'ensemble du pays se réunissent toutes les huit semaines pour décider, en fonction de la demande du marché, de la quantité de poulet à produire. Ce système dynamique de gestion des risques qui encadre nos activités est communément appelé la « gestion de l'offre ». Dans le cadre de ce système, les Producteurs de poulet du Canada surveillent le respect des allocations de contingents provinciaux – pour veiller à ce que chaque province produise autant de poulet que le volume convenu – ainsi que le commerce interprovincial ou l'expansion du marché du poulet.

NOTRE VISION : Accroître la demande des consommateurs à l'égard du poulet produit au Canada.

NOTRE MISSION : Au nom des producteurs canadiens de poulet, guider et favoriser une efficacité accrue des producteurs de poulet et de l'industrie canadienne du poulet afin de mieux servir les consommateurs et veiller à ce que le poulet demeure la protéine de choix des Canadiens.

Notre deuxième responsabilité consiste à représenter les intérêts des producteurs canadiens de poulet et de l'industrie canadienne du poulet. Les Producteurs de poulet du Canada jouent un rôle clé dans l'élaboration et la gestion, en partenariat, de programmes pour les producteurs canadiens de poulet afin de prouver que les producteurs continuent d'élever des poulets de haute qualité qui inspirent confiance aux consommateurs canadiens. Grâce à nos programmes d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme, de soins aux animaux et d'autres initiatives de biosécurité, les Producteurs de poulet du Canada travaillent en étroite collaboration avec leurs partenaires du gouvernement et les intervenants de l'industrie pour faire en sorte que l'industrie demeure innovatrice et réceptive. Grâce à notre programme de relations avec le gouvernement, les Producteurs de poulet du Canada veillent à ce que les principaux décideurs du gouvernement comprennent bien le point de vue des producteurs canadiens de poulet et à ce qu'ils en tiennent compte au moment de prendre des décisions importantes en matière de politiques agricoles et commerciales.

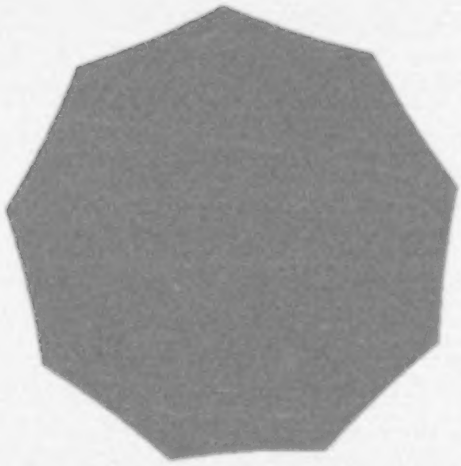
Notre Conseil

Les orientations et les politiques sont établies par un Conseil d'administration de 15 membres. Ce Conseil est formé de producteurs nommés par les offices provinciaux de commercialisation du poulet. Il comprend également des membres non producteurs, soit un représentant du secteur de la restauration, un autre du secteur de la surtransformation et deux du secteur de la transformation, qui sont nommés par leur association nationale respective. Ainsi, les PPC et leurs intervenants travaillent en collaboration au nom de tous les secteurs de l'industrie canadienne du poulet, des producteurs jusqu'aux consommateurs.

Plan stratégique quinquennal et principes directeurs

La mise en œuvre du plan stratégique 2014-2018 prend appui sur les principes suivants :

1. Promouvoir l'innovation et l'expansion rentables de l'industrie canadienne du poulet et de la demande à l'égard de ses produits.
2. Mettre à profit sa position de chef de file et accroître sa capacité pour saisir chaque occasion d'amélioration de l'efficience tout au long de la chaîne de valeur.
3. Déterminer et répondre aux attentes des consommateurs quant à la valeur, à la salubrité et à la qualité des aliments ainsi qu'aux valeurs sociales en matière de soins aux animaux et d'environnement.
4. Renforcer la transparence et l'imputabilité dans le cadre d'un système de gestion de l'offre durable et dynamique.
5. Améliorer de façon continue le système de gestion de l'offre pour refléter l'évolution du marché, tout en préservant ses valeurs fondamentales, ses piliers et ses principes dans l'intérêt des producteurs, des intervenants et des consommateurs. ■



RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE

Les Producteurs de poulet du Canada croient fermement qu'il est important de redonner à la communauté et d'envoyer un message de soutien fort à ceux qui sont défavorisés.

Nous sommes persuadés que tous les Canadiens doivent avoir accès à une bonne source de protéines. Nous estimons qu'il est important de soutenir ceux qui en ont besoin. Et nous pensons que nous pouvons apporter une contribution en vue d'aider.

Nous sommes fiers partenaires et donateurs de la Banque d'alimentation d'Ottawa depuis 2007 et continuons à trouver de nouvelles façons de travailler ensemble dans la lutte contre la faim dans la capitale. Chaque année, nous continuons d'appuyer la mission de la Banque d'alimentation d'Ottawa grâce aux bénéfices obtenus lors du Grand barbecue de poulet canadien le jour de la Fête du Canada, à la collecte de nourriture, ainsi qu'aux dons des membres du personnel.

Le Programme annuel de don de nourriture *Défi du poulet* des Producteurs de poulet du Canada a offert des produits de volaille surgelés d'une valeur d'environ 50 000 $ à la Banque d'alimentation d'Ottawa en 2013. C'est la quatrième année de réussite d'un programme sollicitant des offres de produits de volaille surgelés de la part des transformateurs canadiens afin de les remettre à la Banque d'alimentation. De temps en temps, d'autres dons sont demandés et obtenus aux fins d'appui du programme.

En outre, 4 867 $ ont été recueillis grâce aux dons des membres du personnel et 50 % correspondent aux dons des Producteurs de poulet du Canada. Les bénéfices de la vente de sandwichs et salades au poulet du *Grand barbecue de poulet canadien* des PPC et d'autres dons collectés lors de la Fête du Canada, d'un montant total de 4 147 $, ont également été remis à la Banque d'alimentation, soit un total de 58 924 $ issus de tous les programmes de l'année.

Cela porte à 258 000 $ la contribution totale à la Banque d'alimentation depuis 2007.

Au cours de l'année, les Producteurs de poulet du Canada ont donné 8 000 $ en dons pour soutenir les efforts de la Croix-Rouge canadienne à l'endroit des familles dévastées par le typhon Haiyan, le programme du Musée canadien de l'Agriculture Fill-a-bus, la Société du Timbre de Pâques, les organismes de bienfaisance pour les enfants lors du tournoi de golf de la société Morguard et le tournoi de soccer de la fondation d'héritage Welch. ■

PLANIFICATION STRATÉGIQUE

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC) adhèrent à un processus de planification stratégique rigoureux qui vise à fournir à l'industrie canadienne du poulet des objectifs clairs et communs pour l'année à venir – et au-delà – donnant un sens et une orientation fermes à tous les intervenants de l'industrie.

L'année 2013 était la dernière année du plan stratégique quinquennal précédent des Producteurs de poulet du Canada, et on a passé une partie de l'année à élaborer le nouveau plan stratégique créé par le Comité d'orientation sur la planification stratégique quinquennale.

Élaboration du prochain plan stratégique quinquennal des PPC (2014–2018)

Le Comité d'orientation de planification stratégique s'est réuni deux fois en 2012, ainsi que deux fois en 2013. Les PPC désirent remercier sincèrement les membres du Comité de leurs contributions et de leur engagement :

- Claude Aubé (Metro)
- Craig Evans (Granny's Poultry)
- Dave Janzen (Président des Producteurs de poulet du Canada)
- Jeff McDowell (Aliments Sofina)
- Laurent Mercier, Jr. (producteur du Québec)
- Blair Shier (J.D. Sweid)
- Peter Trenholm (Producteur de la Nouvelle-Écosse)
- Henry Zantingh (Président des CFO)

En avril, le Comité a mis à l'essai le plan proposé avec plus de 50 intervenants de l'industrie et du gouvernement. En fonction de la rétroaction, le Comité a présenté son plan recommandé au Conseil d'administration des Producteurs de poulet du Canada en mai. Les membres des PPC ont examiné le plan et y ont apporté quelques modifications. Les administrateurs des PPC ont ensuite approuvé sa mise en œuvre en juillet. Le nouveau plan stratégique quinquennal (2014–2018) a pour thème « Élevons! Vendons! Mangeons!... plus de poulet! » avec la vision « Accroître la demande des consommateurs à l'égard du poulet élevé au Canada ».

LA MISSION EST LA SUIVANTE :

« Au nom des producteurs canadiens de poulet, guider et favoriser une efficacité accrue des producteurs de poulet et de l'industrie canadienne du poulet afin de mieux servir les consommateurs et veiller à ce que le poulet demeure la protéine de choix au Canada. »

Exercice annuel de planification stratégique

Les Producteurs de poulet du Canada ont également établi un processus de planification stratégique annuelle qui demande la participation de l'ensemble du Conseil et de l'équipe de direction, qui s'efforcent de prendre des décisions éclairées afin de guider l'industrie canadienne du poulet vers un avenir solide et prospère. Chaque année, on célèbre les réussites de l'année précédente et le groupe se réunit pour établir les priorités de l'année suivante. La réunion de planification stratégique pour 2014 a eu lieu à l'Académie BMO Groupe financier de Toronto. En 2013, on a porté une attention particulière aux questions de gouvernance, alors que la plus grande partie de la réunion a porté sur l'élaboration de stratégies pour 2014 qui correspondent aux priorités établies dans le nouveau plan stratégique quinquennal (2014–2018).

Les administrateurs des PPC ont établi les priorités suivantes pour l'année 2014 :

Priorités critiques

UTILISATION D'ANTIMICROBIENS

- Avancement de la position des PPC concernant la modernisation de la réglementation (en cours);
- Avancement par tous les intervenants des objectifs du plan stratégique concernant l'utilisation d'antimicrobiens tels qu'ils sont présentés dans la stratégie de l'industrie relative à l'utilisation d'antimicrobiens (en cours);
- Collaboration dans le cadre des activités de surveillance du Programme intégré canadien de surveillance de la résistance antimicrobienne (PICRA) (en cours);
- Communication avec les consommateurs concernant l'utilisation d'antimicrobiens (en cours);
- Mise en œuvre du programme de surveillance de l'utilisation d'antimicrobiens des PPC (janvier 2014);
- Mise en œuvre de la politique sur l'utilisation des antibiotiques de catégorie I de l'industrie avicole (mai 2014);
- Sensibilisation accrue des producteurs quant à l'utilisation des antimicrobiens et à la résistance à ces derniers (en cours).

ÉTABLISSEMENT DES ALLOCATIONS

- Entente d'allocation à long terme (juillet 2014);
- Évaluation des mérites de fixer l'allocation à une fréquence plus efficace (novembre 2014);
- Établissement d'une cible de croissance à moyen terme pour les périodes A-127 à A-132 (juin-juillet 2014).

VOLAILLE DE RÉFORME

- Approche pangouvernementale pour arrêter l'affaiblissement de la production et de la transformation du poulet en raison des importations de volaille de réforme (en cours);
- Classification appropriée des produits de poulet/volaille de réforme (en cours);
- Règlements canadiens exigeant l'étiquetage distinct des produits contenant de la volaille de réforme (en cours);
- Élaboration de tests pour faire la distinction entre la volaille de réforme et la viande de poulet à griller (en cours);
- Vérification accrue du Programme d'importation pour réexportation (PIRE) du ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement (MAECD) et du programme de report des droits de l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) afin de veiller à ce que la volaille de réforme ne soit pas réexportée en vertu de ces programmes (en cours).

Questions à priorité élevée

MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE DE PROMOTION DE L'IMAGE DE MARQUE

- Élaboration et exécution du plan de commercialisation pour appuyer la marque (en cours);
- Mise au point de l'affirmation et du logo de la marque (janvier 2014);
- Lancement de la marque au niveau du commerce de détail (juin/juillet 2014).

GOUVERNANCE

- Plan de perfectionnement professionnel proactif pour améliorer la capacité et l'efficacité des administrateurs, des remplaçants et du personnel des PPC (en cours);
- Section sur la gouvernance restructurée réservée aux sites SharePoint et extranet des PPC (mars 2014);
- Examen du code de conduite des PPC, de la divulgation des conflits d'intérêts et de l'observation pour les administrateurs, les remplaçants et le personnel (en cours);
- Culture de gouvernance révisée des PPC (mars 2014);
- Plan révisé de compte rendu et de communication concernant les progrès accomplis pour ce qui est des priorités du plan stratégique (en cours).

STRATÉGIE DE RELATIONS AVEC LE GOUVERNEMENT

- Amélioration de la capacité des PPC de communiquer sa stratégie de relations avec le gouvernement d'une façon coordonnée et en temps utile à tous les niveaux de gouvernement dans l'ensemble du pays (en cours);
- Sensibiliser les représentants élus et les décideurs clés quant aux PPC et à leurs problèmes essentiels (en cours);
- Renforcement des relations avec les députés afin d'obtenir et de maintenir l'appui de tous les partis pour les producteurs de poulet canadiens, la gestion de l'offre et les problèmes essentiels des PPC – en mettant l'accent sur les députés urbains (en cours).

RÉGLEMENTATION DES IMPORTATIONS

- Programme d'importation pour réexportation (PIRE) géré par le ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement (MAECD) qui ne crée pas de distorsions au marché intérieur (en cours);
- Élimination du Programme de report des droits sur les produits de poulet géré par l'Agence des services frontaliers du Canada (ASFC) (en cours);
- Méthode d'allocation à long terme des contingents tarifaires (CT) permettant d'appuyer les objectifs des PPC (en cours).

STRATÉGIE DE RELATIONS PUBLIQUES

- Mise en œuvre de tactiques en vue de respecter les objectifs de relations publiques des PPC (en cours);
- Infrastructure pour atteindre les objectifs de relations publiques des PPC (en cours).

NÉGOCIATIONS RÉGIONALES, BILATÉRALES ET DE L'ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE (OMC)

- Coalition active concernant l'appel à la cohérence (en cours);
- Analyse des répercussions éventuelles et évaluation des options découlant des principales propositions de l'OMC et des propositions régionales/bilatérales (le Comité exécutif des PPC sous le sceau du secret seulement) (en cours);
- Accords commerciaux régionaux/bilatéraux et de l'OMC qui maintiennent l'intégrité du pilier des importations de poulet (en cours);
- Collaboration entre le GO-5 et l'industrie du poulet afin d'augmenter l'influence quant aux questions commerciales de l'OMC et aux accords bilatéraux et régionaux (en cours);
- Communication en temps utile avec les membres des PPC concernant les négociations commerciales (en cours).

Questions à priorité modérée

SOINS AUX ANIMAUX

- Évaluation des critères d'audit possibles des soins aux animaux dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement (en cours);
- Mise en œuvre uniforme du Programme de soins aux animaux des PPC dans l'ensemble du pays (en cours);
- Coopération avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) sur les questions des soins aux animaux (en cours);
- Leadership au sein du Conseil national de la santé et du bien-être des animaux d'élevage et du Conseil national pour le soin des animaux d'élevage (CNSAE) (en cours);
- Leadership en ce qui a trait au processus de révision du code de pratique pour les poulets, les dindons et les reproducteurs (en cours).

STRATÉGIE SUR LES RELATIONS AVEC LES CONSOMMATEURS

Élément en ligne

- Une stratégie numérique en ligne qui comprend une série d'initiatives de commercialisation en ligne, fait la promotion de la nouvelle marque et augmente les taux de conversion des visiteurs (de visualiseurs du site Web à utilisateurs du site Web);
- Activités numériques qui offrent des outils et des références aux consommateurs, tout particulièrement la production de vidéos instructives aux utilisations numériques; 10 nouvelles vidéos seront produites et diffusées en 2014;
- Mise en œuvre d'une stratégie relative aux médias sociaux, fondée sur les programmes existants, qui fait la promotion de la nouvelle marque des PPC et fait participer notre consommateur principal (femmes et mères).

Élément de sensibilisation

- Bibliographie commentée d'articles évalués par les pairs;
- Meilleure information sur la santé sur le site Web poulet.ca;
- Trousses d'information pour les professionnels de la santé et les consommateurs;
- Bavardage mensuel en ligne sur la santé du poulet;
- Participation à des salons professionnels et à des conférences sur la santé;
- Deux nouvelles fiches nutritionnelles.

PRIX DU POULET VIVANT FONDÉ SUR DES FAITS

- Prix du poulet vivant fondé sur des faits (en cours).

SALUBRITÉ DES ALIMENTS

- Distribution et application du manuel révisé du Programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme (PASAF) à l'intention des producteurs (mai 2014);
- Participation aux initiatives de salubrité des aliments et de traçabilité à l'échelle nationale (en cours);
- Leadership dans les initiatives de réduction des agents pathogènes à l'échelle nationale (en cours);
- Maintien de la pleine reconnaissance du PASAF par les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux (en cours).

RECHERCHE

- Financement de projets de recherche qui répondent aux besoins des producteurs de poulet canadiens (en cours);
- Mettre à l'essai un processus de demande de propositions pour concentrer la recherche sur un besoin de recherche particulier des PPC (avril 2014).

Questions à faible priorité

ANALYSE COMPARATIVE

- Analyse comparative du producteur (octobre 2014).

PARTENARIAT AVEC L'ÉQUIPE DE NATATION DU CANADA

- Natation Canada sera responsable de la majeure partie de l'exécution des initiatives dans le cadre du partenariat. Les PPC fourniront, au besoin, des documents à Natation Canada à utiliser lors de campagnes particulières, notamment des annonces et des graphiques, des prix de marque, des livrets de recettes, du contenu et l'approbation du contenu. Les PPC feront beaucoup la promotion des initiatives sur leurs propres réseaux et programmes (en cours).

OFFICE DE PROMOTION ET DE RECHERCHE

- Un office de promotion et de recherche opérationnel (novembre 2015);
- Confirmation de la viabilité légale et organisationnelle d'un office de promotion et de recherche de la partie III ayant un mandat qui inclut les importations (avril 2014);
- Soumission et audience appuyant la création d'un office de promotion et de recherche (novembre 2014). ■

CE QUE NOUS FAISONS

Soins aux animaux

L'utilisation d'antimicrobiens

Salubrité des aliments à la ferme

La recherche avicole au Canada

SOINS AUX ANIMAUX

Les Canadiens ont manifesté l'intérêt de pouvoir acheter du poulet frais de haute qualité, élevé au Canada et les Producteurs de poulet du Canada (PPC) ont répondu en conséquence.

Au cours des dernières années, nous avons effectué des recherches et nous avons élaboré et mis en oeuvre un programme vérifiable pour nos oiseaux qui répond aux attentes et aux préoccupations des Canadiens.

Le Programme de soins aux animaux (PSA) des PPC est conçu pour démontrer les normes et le niveau élevés des soins aux animaux à la ferme de l'industrie canadienne du poulet. Le programme est fondé sur le *Code de pratiques recommandées pour le soin et la manipulation des poulets, dindons et reproducteurs du couvoir à l'abattage*. Le Code a été publié pour la dernière fois en 2003 et fait actuellement l'objet d'un examen – un processus amorcé en 2011.

Les producteurs font l'objet de vérifications annuelles quant aux normes et aux règlements du PSA afin d'évaluer la mise en œuvre du programme et de déterminer si les exigences obligatoires du programme sont satisfaites, dont les exigences concernant la qualité de l'air et de la litière, l'éclairage, la densité et la santé animale.

Presque toutes les fermes ont fait l'objet d'une vérification et 95 %des producteurs sont maintenant certifiés dans le cadre du programme. De plus, le PSA est maintenant devenu obligatoire au sein de huit offices provinciaux (C.-B., AB, SK, MB, ON, N.-É., N.-B. et Î-P.-É.).

Un protocole d'entente (PE) concernant la mise en œuvre et le maintien du PSA a été signé par les Producteurs de poulet du Canada et les dix offices provinciaux lors de la réunion estivale de 2012 à Winnipeg (Manitoba). Ce protocole continue de guider le processus de mise en œuvre étant donné que l'objectif est de certifier toutes les fermes d'un océan à l'autre.

Presque toutes les fermes ont fait l'objet d'une vérification et 95 % des producteurs sont maintenant certifiés dans le cadre du programme.

La période de mise en place progressive sur cinq ans concernant les exigences de densité de logement s'est terminée le 1er décembre 2013. Par conséquent, les producteurs devront se conformer aux exigences en matière de densité de logement du programme afin d'obtenir ou de maintenir la certification dans le cadre du programme. Ces exigences font partie du PE du PSA signé en 2012.

Le programme national a été élaboré par les Producteurs de poulet du Canada qui en assurent également la mise à jour, alors que les provinces sont responsables de l'exécution, la certification et l'application du programme. Les vérifications du PSA ont été combinées à celles du Programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme (PASAF) pour des raisons d'efficacité.

Plus de 40 organisations d'intervenants ont été consultées pendant le processus d'élaboration du PSA et à ce jour, les organisations suivantes appuient la mise en œuvre du programme : la Fédération des sociétés canadiennes d'assistance aux animaux, l'Association canadienne des médecins vétérinaires, le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles, l'Association canadienne des surtransformateurs de volailles, la Fédération canadienne des épiciers indépendants et l'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires.

Le 30 mai, les Producteurs de poulet du Canada ont comparu devant le Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire de la Chambre des communes concernant le bien-être animal. La présentation et la soumission se concentraient sur le Programme de soins aux animaux, la collaboration de l'industrie pour veiller au bien-être animal tout au long de la chaîne d'approvisionnement aviaire, ainsi que le renouvellement de la réglementation gouvernementale. Les Producteurs de poulet du Canada ont profité de l'occasion pour formuler les recommandations suivantes aux fins d'étude par le Comité :

- Appui et reconnaissance du gouvernement pour les programmes de soins aux animaux élaborés par l'industrie;

- Soutien financier au Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage à titre d'organisme animant la discussion nationale sur les soins aux animaux, notamment le soutien financier par l'entremise du programme *Cultivons l'avenir 2* pour l'élaboration continue des Codes de pratiques;
- Appui du gouvernement pour la recherche sur les soins aux animaux et les chercheurs étant donné que cela se traduit par l'innovation, la commercialisation et une plus grande compétitivité dans le secteur);
- Révision du règlement concernant le transport du Règlement sur la santé des animaux, en commençant par une consultation approfondie des intervenants, afin de mieux tenir compte des différences précises entre les espèces et assurer l'équité et l'uniformité de l'exécution par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA).

Mise à jour du Code de pratique

L'examen du Code de pratique, amorcé en 2011, a franchi l'étape du comité scientifique et son rapport a été examiné par des pairs. Le Comité d'élaboration des codes a pris le relais et a entamé le processus de rédaction qui se poursuivra en 2014. Le processus donnera un Code pratique, fondé sur des données scientifiques, qui tient compte des attentes de la société relativement aux soins responsables aux animaux d'élevage. Les Producteurs de poulet du Canada participent activement aux deux processus et sont représentés par Vernon Froese (Manitoba), à titre de président du Comité d'élaboration des codes, et Tim Klompmaker (remplaçant de l'Ontario), qui siège également au Comité.

Autres comités

Les Producteurs de poulet du Canada participent également au Conseil national pour les soins aux animaux d'élevage (CNSAE) et au Conseil national de la santé et du bien-être des animaux d'élevage (CNSBAE). Tim Klompmaker et David Hyink (Alberta) sont les représentants.

En 2013, le CNSAE a terminé son travail sur le cadre d'évaluation des soins aux animaux qui est en voie d'achèvement. Ce cadre est un nouveau mécanisme qui sera utilisé pour démontrer que les codes de pratiques nationaux sont respectés dans le but d'instaurer la confiance tout au long de la chaîne de valeur. Son objectif est d'améliorer la transparence, et ainsi la légitimité et la crédibilité des programmes d'évaluation inspirés par le cadre. Ce cadre est fondé sur une approche coopérative quant aux soins aux animaux et inclura des ressources pour faciliter l'élaboration ou la révision des programmes de soins aux animaux. Au sein du comité, 14 membres représentent les organismes agricoles, les épiciers, les gouvernements, la communauté scientifique et les sociétés de protection des animaux.

Le CNSBAE a tenu son 3e forum annuel à la fin de l'année. Le forum a discuté de l'utilisation d'antimicrobiens et de la résistance à ces derniers, la surveillance, le bien-être animal, le CNSAE et les questions émergentes. Plus de 100 intervenants ont pris part à la séance de deux jours tenue à Ottawa, les 3 et 4 décembre 2013. Un des buts de la séance était d'examiner le modèle de gouvernance et le plan stratégique proposés qui détermineront la façon dont le Conseil ira de l'avant, et de fournir une rétroaction précieuse à leur sujet. Un rapport sur la gouvernance est attendu au début 2014. ■

L'UTILISATION D'ANTIMICROBIENS

Les pratiques de production des producteurs canadiens de poulet sont en constante évolution afin de répondre aux préférences des consommateurs.

Les Canadiens veulent en savoir davantage au sujet de la provenance des aliments, de leur contenu, de l'élevage des poulets et des médicaments administrés à la ferme ou pendant la période de croissance. Afin de répondre aux questions de la population canadienne, les Producteurs de poulet du Canada ont élaboré et mis en oeuvre une stratégie relative à l'utilisation d'antimicrobiens.

L'objectif de la stratégie relative à l'utilisation d'antimicrobiens des PPC est de contrôler, surveiller et réduire l'utilisation d'antimicrobiens dans l'industrie du poulet afin de maintenir des options de traitement efficaces. Ainsi, les initiatives entreprises dans le cadre de la stratégie maintiendront la confiance des consommateurs et des gouvernements et démontreront que l'utilisation d'antimicrobiens dans l'industrie du poulet se fait de façon responsable.

Les PPC ont élaboré la stratégie en collaboration avec tous les intervenants de l'industrie et celle-ci a reçu l'appui de l'Association de nutrition animale du Canada, de la Fédération canadienne des

couvoirs, des Producteurs d'œufs d'incubation du Canada, du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles et de l'Association canadienne des vétérinaires aviaires.

Les principaux éléments de la stratégie sont les suivants :

- Définition de l'utilisation d'antimicrobiens et analyse des tendances en matière de résistance à ces produits;
- Examen des pratiques exemplaires de gestion;
- Assurance de contrôles efficaces au niveau de l'utilisation d'antimicrobiens au Canada;
- Sensibilisation des intervenants au sujet de l'utilisation d'antimicrobiens et de la résistance à ceux-ci;
- Recherche et disponibilité de produits de rechange.

En 2013, les PPC ont abordé chacun de ces éléments par le biais de diverses initiatives.

Les PPC travaillent en collaboration avec le gouvernement fédéral sur la question de la surveillance de l'utilisation d'antimicrobiens et des tendances en matière de résistance dans les fermes d'élevage du poulet du Canada. Le Programme intégré canadien pour la surveillance de la résistance aux antimicrobiens (PICRA) de l'Agence de santé publique du Canada, avec l'appui des Producteurs de poulet du Canada, a mis en oeuvre un programme de surveillance à la ferme de l'utilisation et de la résistance aux antimicrobiens afin d'approfondir les connaissances sectorielles à ce chapitre.

Ce volet de surveillance à la ferme permet de surveiller les niveaux d'utilisation et de résistance aux antibiotiques sur les fermes d'élevage de poulet au Canada, facilitant ainsi la détermination de niveaux de référence et l'élaboration de politiques futures régissant l'utilisation et la résistance aux antibiotiques. Ce programme gouvernemental de surveillance par une tierce partie, qui constitue une prolongation du programme de surveillance de la résistance aux antimicrobiens dans les usines de transformation et chez les détaillants, démontre aux consommateurs et au gouvernement la priorité qu'accordent les PPC à cet enjeu des plus importants.

Les PPC font aussi la promotion de l'échange d'information et la tenue de discussions avec le PICRA pour revoir ses données, fournir de nouvelles perspectives quant à l'interprétation de ces données et permettre à l'industrie avicole de formuler des commentaires ponctuels. Par ces discussions, il est possible d'accroître nos connaissances qui permettront d'analyser les mesures d'atténuation et l'élaboration de politiques correspondantes.

La réduction de l'utilisation d'antimicrobiens par l'industrie était axée sur les antibiotiques ayant une incidence sur la santé humaine. Dans cette optique, l'industrie du poulet a approuvé une politique visant à éliminer l'utilisation préventive d'antibiotiques de Catégorie I. Elle a été approuvée en juillet 2013 et la date butoir de sa mise en oeuvre est le 15 mai 2014, de sorte que la transition ait lieu progressivement. Santé Canada considère les antibiotiques de Catégorie I comme ceux posant le plus de risques sur le plan de la santé humaine.

Cette politique a été ajoutée aux exigences du manuel révisé du Programme de salubrité des aliments à la ferme et la Fiche de troupeau sera modifiée de manière à servir de registre pour chaque troupeau élevé. Cette stratégie de réduction constitue une importante étape de l'industrie et maintiendra la confiance des consommateurs et du gouvernement au sujet de l'utilisation responsable dont fait preuve l'industrie canadienne du poulet à l'égard de ces produits.

Des lignes directrices en matière d'utilisation responsable ont été élaborées afin de transmettre clairement l'opinion de l'industrie aux intervenants, aux gouvernements et au grand public. Ces lignes directrices liées à l'utilisation d'antimicrobiens soulignent la manière dont les antibiotiques sont utilisés au sein de chaque secteur, ainsi que les types de registres qui doivent être tenus. Le manuel du PASAF a été révisé en 2013 et des modifications reflétant ces lignes directrices y ont été apportées; tous les producteurs de poulet recevront un exemplaire de ces lignes directrices avec la nouvelle version du manuel du PASAF.

La sensibilisation des intervenants représente un important volet de la stratégie relative à l'utilisation d'antimicrobiens. L'utilisation d'antibiotiques constitue une responsabilité partagée entre tous les intervenants de l'industrie du poulet, et il importe que tous les membres connaissent bien les enjeux entourant l'utilisation d'antimicrobiens et la résistance à ceux-ci. Afin de faciliter la transmission de renseignements directement aux producteurs, des séances d'éducation ont eu lieu dans chaque province l'année dernière afin d'accroître la sensibilisation des intervenants et des producteurs aux enjeux reliés à l'utilisation et à la résistance aux antimicrobiens et à la stratégie des PPC visant la réduction de l'utilisation d'antibiotiques de

Catégorie I. D'autres documents et outils de sensibilisation seront mis au point en 2014.

L'industrie canadienne du poulet tient compte des intérêts des consommateurs, et ces initiatives sont importantes au maintien de leur confiance et de celle du gouvernement à l'endroit de l'utilisation responsable d'antibiotiques dans le secteur du poulet. ■

SALUBRITÉ DES ALIMENTS À LA FERME

Les Producteurs de poulet du Canada sont le premier organisme dont le programme national ait reçu la pleine reconnaissance des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux (FPT) grâce à la mise en oeuvre efficace et cohérente de leur Programme d'assurance de salubrité des aliments à la ferme, qui assure la production d'aliments salubres à la ferme.

Cette réalisation reflète le leadership des PPC en matière de salubrité des aliments à la ferme et l'engagement de tous les producteurs de poulet à l'égard de la mise en oeuvre et du maintien d'un programme national complet en matière d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme. Sans le soutien actif de tous les participants et intervenants et les efforts qu'ils ont déployés, cette réussite aurait été impossible.

La reconnaissance a été officiellement annoncée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, l'hon. Gerry Ritz, lors de l'Assemblée générale annuelle des Producteurs de poulet du Canada en mars 2013. Une cérémonie a été organisée et plusieurs personnes ayant participé au processus d'examen et d'approbation étaient présentes pour célébrer la culmination de nombreuses années de durs labeurs.

« Au nom du gouvernement Harper, je souhaite féliciter les Producteurs de poulet du Canada pour la mise en œuvre réussie de ce programme de salubrité des aliments, a déclaré Gerry Ritz, ministre de l'Agriculture. En travaillant de concert afin d'améliorer la gestion des risques liés à la salubrité des aliments à la ferme, nous renforçons le système canadien d'assurance de la salubrité des aliments. »

« Il s'agit d'un jalon important pour les Producteurs de poulet du Canada, qui sont très fiers d'être les premiers à recevoir cette reconnaissance, a affirmé Dave Janzen, président des PPC. Cette réalisation et le programme lui-même témoignent de notre engagement à répondre aux attentes des consommateurs, qui désirent consommer du poulet canadien sain et de qualité. »

À ce jour, plus de 2 600 producteurs (98 % d'entre eux) sont certifiés sous le PASAF et subissent un audit annuellement. De plus, toutes les 10 provinces ont modifié leurs règlements et politiques en matière de gestion de l'offre afin de rendre le programme obligatoire.

Le PASAF met l'accent sur la santé animale, la propreté et la salubrité à chaque étape du cycle de production, et suit des mesures de biosécurité strictes dans le but de protéger la santé animale et de prévenir l'infection des troupeaux par des sources externes. Ces règlements obligatoires régissent les fermes d'élevage de poulet d'un océan à l'autre et comprennent des exigences de premier ordre concernant la biosécurité, les soins aux animaux, la gestion, les tests d'eau et de moulée, et la tenue de dossiers appropriés visant à prouver la conformité des producteurs au processus.

Le manuel du PASAF prend appui sur les principes HACCP, une approche reconnue et axée sur la surveillance, le contrôle et la prévention des risques associés à la salubrité des aliments. Le programme offre aux producteurs un moyen d'éliminer les éventuels dangers pour la salubrité des aliments qui peuvent se présenter au sein de leur exploitation.

L'amélioration continue représente un aspect clé du système de gestion du PASAF. Dans cette optique, un examen complet du manuel du PASAF, fondé sur les commentaires des

producteurs, la science et l'examen du gouvernement, a été effectué en 2013. Le résultat de cet examen fut l'approbation par les PPC de la version révisée du manuel du PASAF, dont l'entrée en vigueur est prévue le 15 mai 2014.

Réduction des agents pathogènes

En 2013, les Producteurs de poulet du Canada ont continué de participer à différentes intiatives gouvernementales, notamment l'Initiative de réduction des agents pathogènes et le Groupe de travail sur la Salmonella Enteritidis (SE), visant à réduire la prévalence de la Salmonella et de Campylobactéries dans la viande de volaille.

L'Initiative de réduction des agents pathogènes a été mise sur pied en 2012 afin de mener une étude de référence sur les quatre principaux agents pathogènes se retrouvant dans la viande, soit la Salmonella, les Campylobactéries, le E. coli et la Listeria. Les études sur la Salmonella et les Campylobactéries sont en cours et visent à évaluer les niveaux actuels d'agents pathogènes, à établir des cibles de réduction, et à déterminer et à mettre en œuvre des stratégies de surveillance et de réduction des niveaux d'agents pathogènes. Les études de référence constituent la première étape. Les données recueillies au cours de ces études serviront à élaborer des mesures d'intervention appropriées à toutes les étapes de la chaîne alimentaire, c'est-à-dire à la ferme, à l'usine de transformation et au supermarché.

Le Groupe de travail sur la SE a été créé en 2008 pour partager des renseignements entre les intervenants gouvernementaux fédéraux et provinciaux, identifier les sources de salmonellose et atténuer les risques pour la santé humaine. Agriculture et Agroalimentaire Canada, l'Agence canadienne d'inspection des aliments, et l'Agence de santé publique du Canada, qui comprend le PICRA et C-EnterNet (maintenant appelé FoodNet Canada), deux organismes de surveillance, sont membres du Groupe de travail sur la SE. Le PICRA surveille la résistance aux antimicrobiens, tandis que FoodNet surveille les maladies entériques (d'origine alimentaire). Le Groupe de travail sur la SE élabore actuellement une stratégie nationale qui sera finalisée en 2014 et qui aura pour objectif de contrôler la SE d'origine avicole au Canada. Cette initiative concorde avec l'Initiative de réduction des agents pathogènes décrite ci-dessus, et favorisera la tenue de discussions et l'éventuelle élaboration d'autres mesures d'atténuation à l'échelle de l'industrie. ■

LA RECHERCHE AVICOLE AU CANADA

L'engagement à long terme des Producteurs de poulet du Canada à l'endroit de la recherche et de l'innovation demeure la clé du succès de l'industrie canadienne du poulet.

La recherche favorisera la croissance de notre industrie, alors que nous cherchons de nouvelles façons d'améliorer davantage la qualité de notre produit et de répondre aux préférences des consommateurs.

Les Producteurs de poulet du Canada et les autres organisations avicoles nationales ont créé le Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC) en 2001 afin de susciter l'innovation, le progrès scientifique et l'éducation par l'entremise de la recherche en milieu avicole. Le Conseil a pour mandat d'élaborer et de mettre en œuvre des programmes de recherche et de développement en réponse aux besoins actuels et futurs de l'industrie.

Ed O'Reilly, de Terre-Neuve-et-Labrador, est le représentant des Producteurs de poulet du Canada (PPC) au Conseil d'administration du CRAC. La contribution annuelle des Producteurs de poulet du Canada au CRAC à des fins de recherche s'élève à 200 000 $. Le financement en 2013 a été utilisé pour appuyer la grappe de recherche avicole d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, y compris les projets concernant l'utilisation d'antimicrobiens et la résistance à ces derniers.

Les Producteurs de poulet du Canada ont appuyé la création du Conseil et, chaque année, financent des projets qui permettent à l'industrie canadienne du poulet d'atteindre ses objectifs annuels. Les projets pour lesquels des fonds sont affectés portent sur des sujets tels que la microbiologie, l'utilisation et le remplacement des antibiotiques, la salubrité des aliments, les soins aux animaux, la santé de la volaille, les préoccupations environnementales et les maladies.

Depuis 2001, le CRAC a consacré un montant de plus de 2,9 millions de dollars à la recherche avicole et grâce au financement

de contrepartie, ce montant dépasse 14 millions de dollars. Le fonds de recherche des Producteurs de poulet du Canada – les revenus produits par ce fonds fournissent la contribution annuelle au CRAC – s'élève à environ 5,6 millions de dollars.

Nouvelle demande de la Grappe des sciences avicoles

Le CRAC a présenté au nom de l'industrie avicole du Canada une demande à Agriculture et Agroalimentaire Canada en vue de la constitution d'une grappe de science avicole pour cinq ans en vertu du Programme Agri-innovation (PAI) qui fait partie du cadre stratégique *Cultivons l'avenir 2* pour le secteur agricole et agroalimentaire canadien.

Le 18 février 2014, le ministre Gerry Ritz a annoncé l'approbation de la Grappe des sciences avicoles du CRAC de 5,7 millions de dollars, dont 4 millions de dollars sont donnés par Agriculture et Agroalimentaire Canada. Cette grappe a rassemblé un nombre important d'intervenants de l'industrie et est beaucoup plus importante que la première grappe des sciences de trois ans qui a pris fin le 31 mars 2013.

Une « grappe » réunit des équipes multidisciplinaires de scientifiques dans le but de régler des problèmes complexes et de créer des synergies dans les efforts de recherche. Elle représente une façon d'optimiser les ressources ainsi qu'une solide justification pour l'investissement dans la recherche avicole au Canada. La mise en commun des ressources intellectuelles et financières afin d'aborder des sujets d'intérêt commun constitue une façon convaincante de maximiser l'incidence de notre investissement collectif dans la recherche. La demande du CRAC est appuyée par un large éventail d'organismes et d'entreprises de l'industrie qui se sont regroupés pour offrir les ressources pour appuyer la recherche proposée.

La recherche proposée dans la demande constitue le consensus des besoins établi par l'industrie avicole et reflète les grandes priorités et les résultats cibles énoncés dans la Stratégie nationale de recherche pour le secteur avicole du Canada, dont la viabilité économique, la génétique, la salubrité des aliments, les produits de santé pour la volaille, la santé de la volaille, le bien-être de la volaille, l'environnement et les aliments pour la volaille.

La Stratégie est issue d'une consultation approfondie auprès des producteurs, des organisations de producteurs, le monde de la recherche (gouvernement et universités) et de représentants de l'industrie de la transformation de la volaille.

La demande est axée sur quatre thèmes, chacun regroupant plusieurs priorités de l'industrie :

1. les maladies infectieuses de la volaille, étant donné qu'elles ont une incidence sur la santé de la volaille ou la zoonose;
2. les alternatives en matière de produits de santé animale et de stratégies de gestion qui renforcent le système immunitaire de la volaille et atténuent l'impact des pathogènes infectieux tout en diminuant le besoin en antimicrobiens traditionnels;
3. le bien-être et le mieux-être de la volaille dans la chaîne de production tels qu'aidés par une fonction immunitaire précoce, l'harmonie dans les divers systèmes alternatifs de production à la ferme, les options de restriction alimentaire pour les élevages de reproduction, la densité d'occupation et les effets des extrêmes de température durant le transport de la volaille;
4. l'intendance environnementale telle qu'elle est touchée par les matières particulaires, l'ammoniac, les gaz à effet de serre et leurs effets sur la volaille, les travailleurs du secteur de la volaille et l'empreinte environnementale de l'industrie.

L'importance de la grappe permettra l'exécution de recherches fondamentales ainsi que d'études à plus court terme et appliquées qui apporteront des réponses immédiates et de l'information future à l'industrie avicole et alimentaire ainsi que des facteurs ayant une incidence sur le bien-être du consommateur.

L'industrie canadienne du poulet a fait de l'innovation une partie intégrante de sa vision en reconnaissance du besoin de faire preuve de dynamisme et de rehausser l'efficacité à la fois des producteurs et de nos partenaires de l'industrie. ■

COMMENT ÇA MARCHE?

Croissance différentielle
Surveillance du marché
Suivi et application

CROISSANCE DIFFÉRENTIELLE

La principale responsabilité des Producteurs de poulet du Canada est de veiller à ce que nos 2 700 producteurs produisent la bonne quantité de poulet frais, salubre et de grande qualité pour répondre aux besoins des consommateurs canadiens.

C'est pourquoi les producteurs, les transformateurs, les surtransformateurs et les représentants du secteur de la restauration de l'ensemble du pays se réunissent toutes les huit semaines pour déterminer la demande anticipée du marché et établir, en conséquence, la quantité de poulet à produire.

Depuis leur création en 1979, les PPC ont conclu plusieurs ententes et élaboré différents processus devant servir à l'établissement des allocations qui allaient de l'approche s'appuyant sur une formule « descendante » (1979-1994) à une série d'ententes ascendantes sur l'allocation, commençant avec l'Entente nationale sur les allocations et les prix en 1995, suivie de l'Entente nationale sur l'allocation en 1998 qui est ensuite devenue l'Entente opérationnelle de l'Accord fédéral-provincial (AFP) sur le poulet de 2001. Comme le veut la pratique et compte tenu du ralentissement de la croissance dans l'industrie du poulet, les allocations depuis 2005 ont en grande partie été établies au prorata.

Depuis 2009, la croissance différentielle est l'un des domaines prioritaires cruciaux des PPC et des efforts énormes et constants ont été déployés pour en venir à une solution qui satisfait tous les intervenants.

Une démarche intensive dirigée par les provinces et facilitée par les PPC a été conduite à la fin de 2012 et a débouché sur une séance de négociation de deux jours les 13 et 14 février 2013 à Ottawa. Les négociations ont réduit les différends et produit une approche fondée sur une formule pour l'allocation de la croissance future au prorata, en fonction de critères liés à la population, à la part de marché, à l'économie et au rendement. Au cours de cette démarche, le 22 novembre 2012, l'Alberta a adressé à tous les signataires de l'Accord fédéral-provincial (AFP) un avis de retrait de l'AFP à compter du 31 décembre 2013. On a vivement cherché à conclure une entente avant l'échéance du 22 février 2013 au-delà de laquelle l'Alberta ne pouvait plus revenir unilatéralement sur son avis de retrait. Finalement, il n'a pas été possible d'obtenir un consensus des provinces.

En mai, les administrateurs des PPC ont déterminé qu'il serait impossible de résoudre la question de la croissance différentielle sur la base de la proposition des 13 et 14 février, principalement en raison de la part de marché. Les administrateurs des PPC ont plutôt convenu de recourir à une autre option en deux volets qui séparait la question d'une nouvelle méthode d'allocation et la question des demandes de l'Alberta et de l'Ontario.

En juillet, les PPC ont soumis à l'étude des administrateurs des PPC une proposition en deux volets. Après plus d'une journée et demie de discussions à St. John's, les administrateurs des PPC ont échoué une fois de plus dans leur tentative de parvenir à un accord. Par conséquent, en août, le président et le personnel des PPC ont préparé une entente temporaire d'allocation d'une durée de 6 périodes pour les périodes A-121 à A-126. Cette entente, conjuguée à une entente de services avec l'Alberta, a été présentée aux administrateurs des PPC au début de septembre comme étant à prendre ou à laisser. Les administrateurs des PPC ont accepté et signé l'entente de services avec l'Alberta. L'entente de services prévoyait une période (du 31 janvier au 14 février 2014) qui permettait à l'Alberta de se retirer après l'établissement de la période A-124.

En octobre, les PPC ont lancé une demande de proposition et ils ont retenu les services d'un médiateur professionnel en vue de conclure, au plus tard le 31 janvier 2014, une entente à long terme entre les Producteurs de poulet du Canada (PPC) et 10 offices provinciaux de commercialisation du poulet sur une méthode révisée d'établissement des allocations qui tient compte du principe de l'avantage comparatif et autorise la croissance différentielle entre les provinces. Le médiateur a rencontré toutes les provinces et tous les intervenants en aval en novembre et la première séance de médiation a eu lieu en décembre à Toronto. Deux autres séances étaient prévues en janvier 2014. ■

SURVEILLANCE DU MARCHÉ

En 2013, les producteurs de poulet canadiens ont produit 1 043 millions de kilogrammes (Mkg) de poulet, soit 1,8 % de plus qu'en 2012. Cette augmentation représente le plus fort taux de croissance annuelle des six dernières années.

Toujours en 2013, les prix à la production ont augmenté pour la troisième année consécutive en raison du maintien des prix élevés de la moulée. En moyenne, les prix à la production en 2013 étaient plus de 3 cents supérieurs à ceux de 2012 mais devaient tendre à la baisse tout au cours de l'année par rapport au sommet atteint dans la dernière période de 2012.

En début d'année, les stocks en entrepôt se situaient à 34,9 Mkg, puis à 37,3 en fin d'année, soit 7 % de plus que l'année précédente. Toutefois, l'augmentation soudaine des importations dans le dernier trimestre de 2013 a contribué à faire grimper les stocks qui s'étaient maintenus entre 35 et 37 Mkg pendant la plus grande partie de 2013.

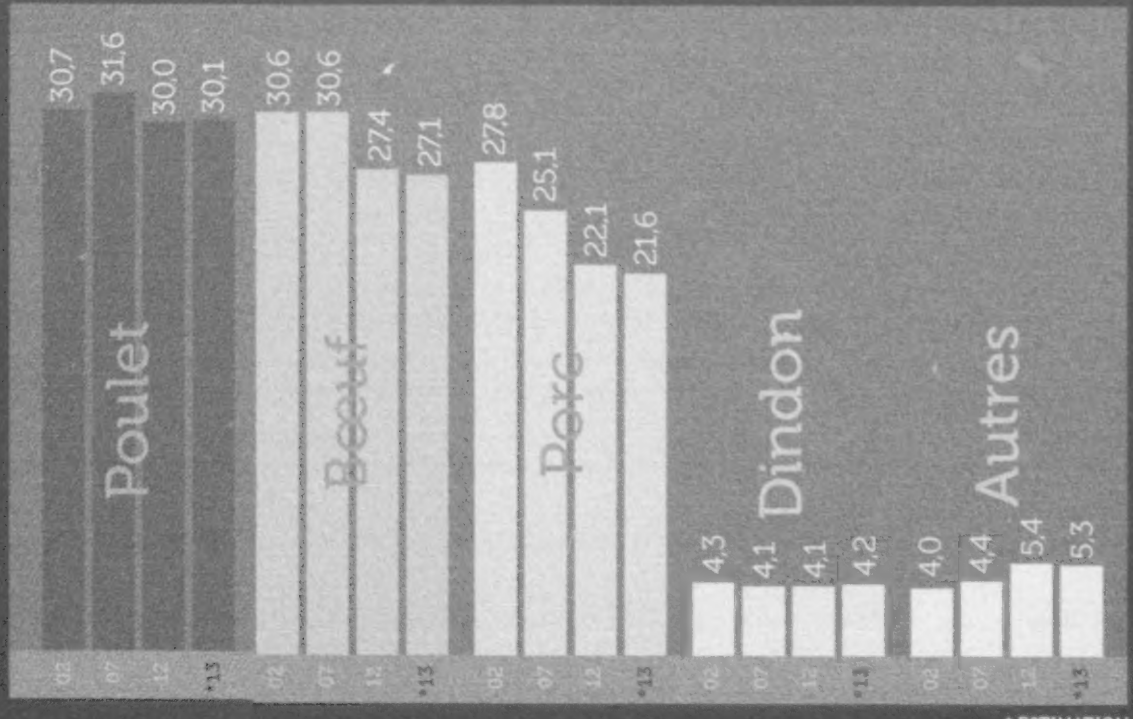
Pour l'année sous étude, il est prévu que la consommation de poulet par habitant atteindra 30,1 kg, soit un peu plus (0,1 kg) qu'en 2012 puisque la disparition totale de poulet a légèrement devancé la croissance de la population. Selon les données préliminaires, la consommation de bœuf par habitant aurait baissé de 1 % pour atteindre 27,1 kg alors que celle du porc aurait chuté de 2 % pour se situer à 21,6 kg en 2013. Par ailleurs, la consommation de dindon par habitant a augmenté de 4,2 kg et celle de l'agneau et du veau était inchangée par rapport à 2012.

Production provinciale

Pour la quatrième année consécutive, la production canadienne totale de poulet a augmenté en 2013. En effet, les producteurs de poulet canadiens ont produit 1 043 Mkg, soit 18,3 Mkg ou 1,8 % de plus qu'en 2012. Il s'agit de la plus importante augmentation annuelle de la production depuis 2007.

En grande partie, l'augmentation s'est produite dans le premier semestre de l'année. Durant les premier et deuxième trimestre de 2013, la production était de 2,8 % et 2,3 % (7,0 Mkg et 6,0 Mkg) plus élevée, respectivement, que durant la même période en 2012 alors que durant les troisième et quatrième trimestre, l'augmentation était, respectivement, de 4,3 Mkg et de 0,9 Mkg comparativement à l'année précédente.

CONSOMMATION PAR HABITANT - VIANDES DIVERSES (KG)



* ESTIMATION

PRODUCTION PROVINCIALE DE POULET (MILLIERS DE KILOGRAMMES ÉVISCÉRÉS)

Province	2013	2012	Variation en %
Colombie-Britannique	156 543	155 218	0,9 %
Alberta	93 026	92 977	0,1 %
Saskatchewan	41 380	39 815	3,9 %
Manitoba	43 198	43 523	-0,7 %
Ouest	334 147	331 531	0,8 %
Ontario	337 307	330 902	1,9 %
Québec	289 650	280 771	3,2 %
Centre	626 958	611 673	2,5 %
Nouveau-Brunswick	28 287	28 352	-0,2 %
Nouvelle-Écosse	35 887	35 634	0,7 %
Île-du-Prince-Édouard	3 803	3 680	3,3 %
Terre-Neuve-et-Labrador	13 926	13 853	0,5 %
Atlantique	81 902	81 519	0,5 %
Canada	**1 043 007**	**1 024 723**	**1,8 %**

PÉRIODES DE CONTINGENTS

	Du		Au	Allocation (Mkg évisc.)	Production (Mkg évisc.)	Utilisation du contingent
A-115	30 décembre 2012	-	23 février 2013	155,4	158,4	102,0 %
A-116	24 février 2013	-	20 avril 2013	158,5	159,6	100,7 %
A-117	21 avril 2013	-	15 juin 2013	166,3	166,0	99,9 %
A-118	16 juin 2013	-	10 août 2013	163,3	160,9	98,5 %
A-119	11 août 2013	-	5 octobre 2013	160,9	160,5	99,8 %
A-120	6 octobre 2013	-	30 novembre 2013	158,2	160,2	101,3 %
A-121	1er décembre, 2013	-	25 janvier 2014	155,0	155,1	100,1 %

Ce solide gain dans le premier semestre de l'année était attribuable aux allocations plus élevées que la production de l'année précédente et à une surproduction des allocations des périodes A-115 et A-116, les deux premières de 2013. Les allocations des périodes d'été, soit A-117 à A-119, ont été légèrement sous-produites tandis que la production réelle durant les deux dernières périodes était plus élevée que la quantité de kilogrammes attribuée.

La production dans le cadre du Programme d'expansion du marché des PPC a augmenté de 6 % (2,5 Mkg) pour se situer à 43,2 Mkg en 2013, la première hausse suite à quatre années de baisse consécutives. En 2013, la production intérieure a augmenté de 1,6 % (15,8 Mkg) pour atteindre 999,8 Mkg.

Prix à la production

En 2013, le prix canadien moyen à la production était de 1,710 $ le kilogramme en poids vif. Bien que ce montant était de 3,2 cents de plus que le prix moyen en 2012, les prix à la production ont clairement suivi une tendance à la baisse par rapport au prix vif qui a atteint l'apogée de 1,822 $ dans la dernière période de 2012. Durant la période A-115, la première de l'année, le prix à la production a atteint son plus haut niveau de l'année à 1,752 $. Au cours des quelques périodes suivantes, les prix ont baissé graduellement et ensuite d'un seul trait à 1,738 $ dans la période A-119.

Les bonnes conditions de récolte dans la plupart des régions de l'Amérique du Nord ont donné lieu à des quantités abondantes de maïs et de fève soya, soulageant ainsi les approvisionnements très serrés de maïs et de fève soya de l'année de récolte 2012/2013. En conséquence, les prix à la production ont repris leur tendance à la baisse durant le reste de l'année pour la terminer à 1,610 $, soit 21,2 cents de moins qu'à la fin de 2012.

Prix de gros

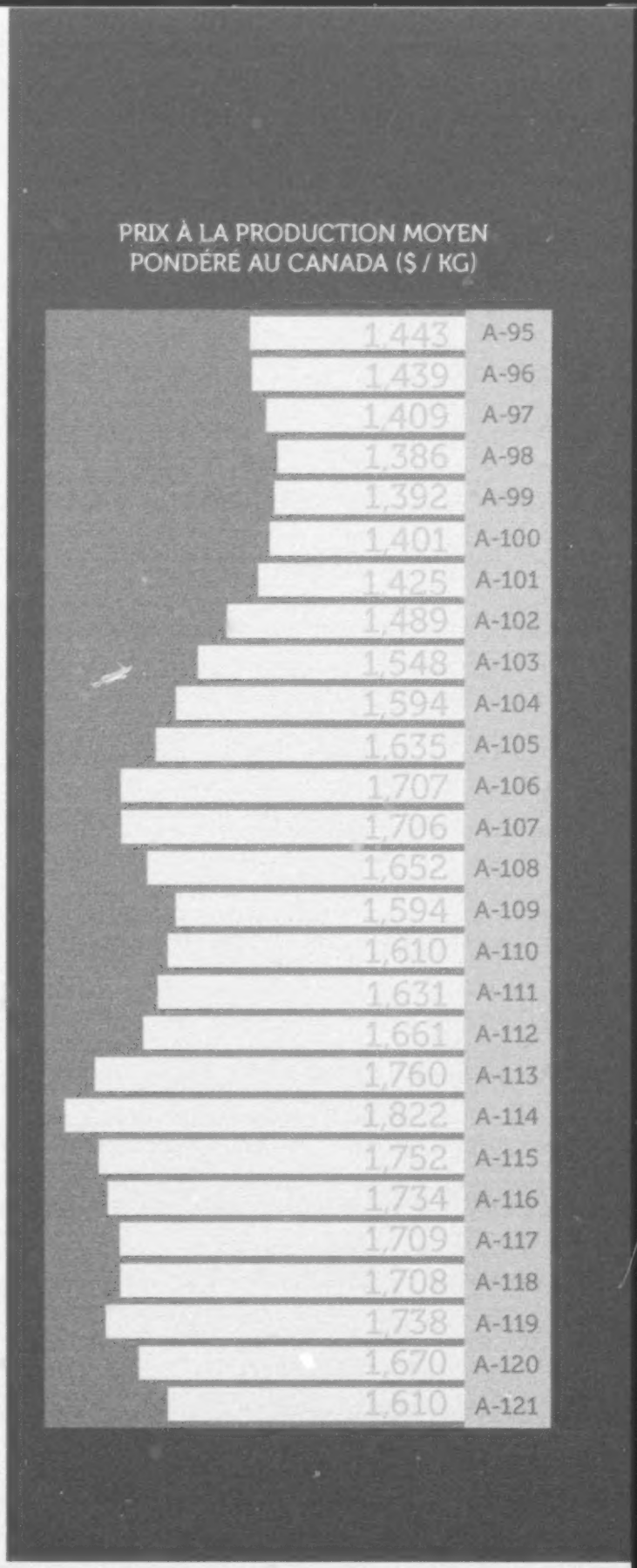
D'ordre général, l'année 2013 a été celle de la dualité pour les prix de gros. Durant le premier semestre, les prix étaient considérablement plus élevés par rapport aux années précédentes, alors qu'ils se sont mis à baisser dans le deuxième semestre. En 2013, le prix de gros moyen (marché composite) se situait à 3,50 $, presque identique à la moyenne de 3,51 $ en 2012. Au début de juillet, les prix ont atteint leur apogée à 3,67 $ avant de chuter à 3,12 $ vers la fin de décembre. Les statistiques sur les prix de gros canadiens sont compilées par EMI (Express Market inc.).

Dans le cas des morceaux individuels, les prix des ailes et des cuisses étaient en moyenne plus bas en 2013 qu'en 2012 lorsque ces deux segments ont connu un très bon rendement. En 2013, le prix moyen des ailes était de 5,02 $ comparativement à 5,27 $ en 2012 alors que le prix des cuisses, soit 2,92 $ en 2013, était de sept cents de moins que l'année précédent. Aux États-Unis, le prix des ailes était beaucoup plus bas que les niveaux sans précédent de 2012 auquel moment l'apogée était attribuable à la fermeté de la demande et à la baisse des stocks. En 2013, le prix canadien pour les poitrines se rapprochait étroitement du prix américain, débutant l'année à un bas niveau avant de grimper en flèche durant les mois d'été et de retomber encore une fois vers la fin de l'année.

Prix de détail

Selon Statistique Canada, l'indice des prix à la consommation (IPC) pour le poulet frais et surgelé (le seul indicateur national pour les prix de détail du poulet) a poursuivi une croissance modérée en 2013. Durant l'année, l'IPC pour le poulet était de 146,6 comparé à 144,1 en 2012, reflétant une augmentation de 1,8 %. En 2013, les prix du poulet au détail étaient plus élevés dans le deuxième semestre de l'année que durant les six premiers mois.

(Nota : Statistique Canada surveille les prix de détail du poulet entier frais, de la poitrine désossée et dépecée et des cuisses, et calcule un indice mensuel des prix selon les prix de ces produits).



En guise de comparaison, l'indice des prix à la consommation (IPC) pour tous les articles combinés, mieux connu sous le vocable « indice du coût de la vie », a augmenté de 0,9 % en 2013 alors que l'IPC pour l'ensemble des aliments était supérieur de 1,2 % à ce qu'il était en 2012.

Selon les mêmes données, les hausses du prix de détail pour le bœuf (2,9 %) et le porc (2,4 %) en 2013 étaient plus élevées que pour le poulet (1,8 %), en grande partie à cause d'une réduction des approvisionnements de viande rouge en Amérique du Nord. Du côté des autres viandes, les prix du dindon et des fruits de mer ont aussi augmenté davantage que ceux du poulet (2,7 % et 2,3 % respectivement).

Importations

Selon les rapports des Affaires étrangères et Commerce et Développement Canada (MAECDC), un total de 120,3 Mkg de poulet a été importé au Canada en 2013. Le MAECDC est responsable de la délivrance de permis d'importation pour le poulet et les produits contenant surtout du poulet. En raison des obligations du Canada en vertu de l'ALÉNA, le contingent tarifaire (CT) est fixé à 7,5 % de la production de poulet de l'année précédente.

Le CT de 2013 a été établi à 77,7 Mkg, soit 0,7 Mkg de plus qu'en 2012. Selon les statistiques préliminaires de fin d'année, un total de 81,5 Mkg de poulet et de produits du poulet a été importé dans le cadre du CT, les importations globales totalisant 75,8 Mkg. Les importations en vertu du programme d'importation à des fins de concurrence se situaient à 5,7 Mkg, soit 1,3 Mkg de plus que l'année précédente. Ce programme permet d'importer des poulets de sorte que les fabricants canadiens puissent produire des produits transformés du poulet qui ne figurent pas à la liste des marchandises d'importation contrôlée (LMIC). Cette liste comprend des produits de spécialité, comme des repas de poulet surgelés. Ensemble, les importations globales et à des fins de concurrence totalisaient 81,5 Mkg, soit 7,8 % de la production de l'année précédente. Le CT de 2014 est estimé à 78,8 Mkg, quantité supérieure de 1,1 Mkg à celle de l'année précédente.

En 2013, le poulet en morceaux (désossé et non désossé) représentait 73,8 % de toutes les importations du CT, soit 4,4 % de moins qu'en 2012. Les importations de poulet surtransformé représentaient 25,9 % de toutes les importations du CT alors qu'une très petite quantité de poulet éviscéré a été importée. Aucun poulet vivant n'a été importé dans le cadre du CT en 2013. Comme par le passé, les États-Unis ont été le plus grand fournisseur de produits du poulet importés dans le cadre du CT, pour un total de 55,4 Mkg (73 % de l'ensemble des importations globales) portant une valeur totale de 151,6 millions de dollars. Les importations globales en provenance du Brésil représentaient un total de 13,1 Mkg (17 %) et une valeur de 43,3 millions de dollars. Les autres pays exportateurs en 2013 étaient la Thaïlande avec 6,8 Mkg (19,6 M$), le Chili avec 0,3 Mkg (1,0 M$), et dans une moindre mesure, l'Allemagne, l'Israël et Chypre pour un total combiné de 0,3 Mkg représentant une valeur de 1,2 M$. La valeur totale de l'ensemble des produits importés en fonction du CT était de 216,7 millions de dollars, soit 3,5 millions (1,6 %) de moins qu'en 2012.

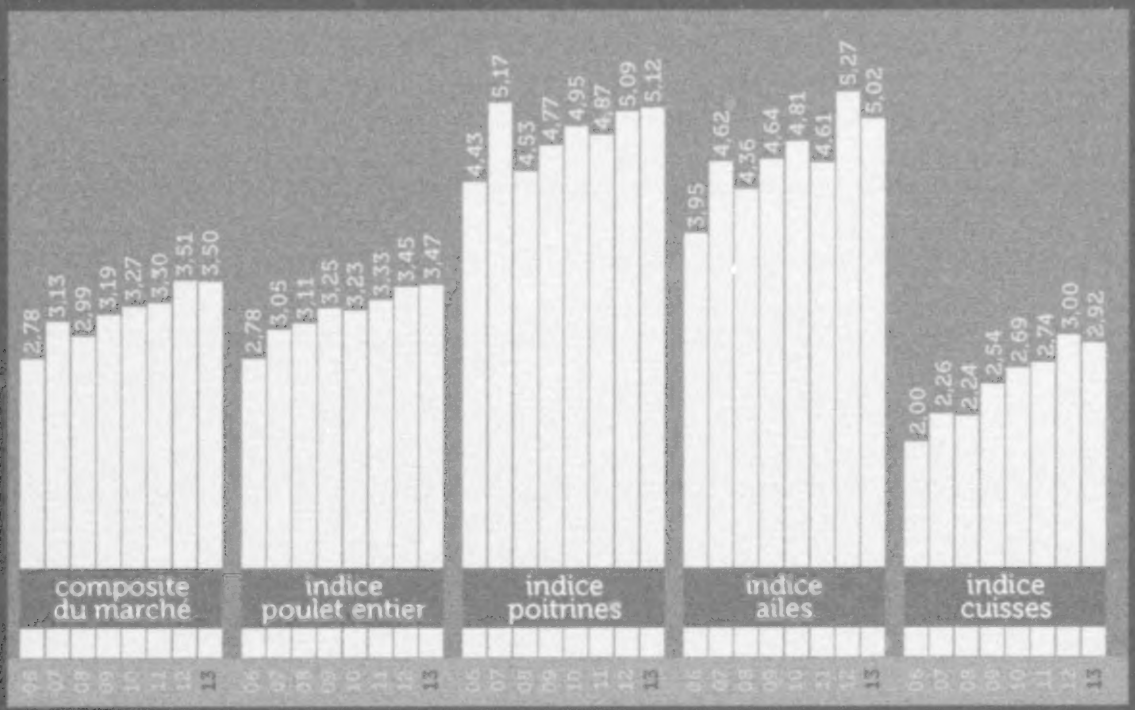
Le MAECDC a aussi délivré d'autres permis d'importation en vertu du programme d'importation pour réexportation. Ce programme permet d'importer du poulet et des produits du poulet à des fins de surtransformation au Canada. Toutes les importations en vertu de ce programme doivent être exportées dans les trois mois. En 2013, un total de 38,8 Mkg a été importé conformément à ce programme, soit 34,4 Mkg (47 %) de moins qu'en 2012. La baisse importante des importations dans le cadre de ce programme est en grande partie attribuable aux règles et contrôles plus rigides institués par le ministère en rapport audit programme. Toutefois, les importations de poulet en vertu du Programme de report de droits de l'Agence des services frontaliers du Canada, qui totalisaient 61 Mkg en poids éviscéré en 2013, ont augmenté près de trois fois par rapport aux 17,7 Mkg en 2012. Cela a largement compensé la baisse des importations en vertu du programme pour réexportation. Pour plus de détails, veuillez vous reporter aux pages 43 et 44 (Contrôles à l'importation).

IMPORTATIONS

	2013	2012	Variation en %
Importations globales	75 772 286	75 542 447	0 %
Importations pour concurrence	5 731 405	4 463 689	28 %
Importations pour réexportation	38 841 443	73 253 388	-47 %
Importations spéciales	0	0	-
Importations en raison de pénurie	3 185	0	-
TOTAL	120 348 319	153 259 524	-21 %
Importations de volaille de réforme	97 212 521	105 973 988	-8 %

Source : MAECDC, AAC

PRIX DE GROS MOYEN ANNUEL EN $ / KG (SOURCE : EMI)



En 2013, les PPC ont reçu trois demandes visant des importations supplémentaires totalisant 98 150 kg afin de combler des pénuries sur le marché. Un permis supplémentaire a été délivré pour une quantité de 3 185 kg de morceaux désossés. Nous avons reçu deux autres demandes de la part de fabricants de produits non inscrits à la LMIC pour de la viande brune qui ne pouvait être fournie en vertu de la Politique d'expansion du marché des PPC. Des permis totalisant 144 884 kilogrammes en équivalence de poids éviscéré ont été accordés en 2013.

La quantité importée de volaille de réforme est demeurée très élevée en 2013. Selon les données d'AAC, un volume de 97,2 Mkg de produits de volaille de réforme a été importé au Canada en 2013, soit 8,8 Mkg de moins qu'en 2012, mais près de 15 Mkg de plus qu'en 2011. Ce volume dépassait également de 15,7 Mkg la quantité de poulet importée en vertu du CT. Le total des importations de volaille de réforme représente près de 10 % de toute la production canadienne de poulet. La baisse de 8 % dans les importations de volaille de réforme en 2013 correspond au déclin dans les abattages de volaille de réforme aux États-Unis. Comme la volaille de réforme n'est actuellement pas sujette au CT, il est impossible de prévoir ou de limiter son importation dans le cadre de cette échappatoire. Pour plus de détails, voir les pages 40-41.

Exportations

Selon les données de Statistique Canada sur les exportations, environ 150,2 Mkg de poulet canadien ont été exportés en 2013, reflétant une augmentation de 6,5 % par rapport à 2012. Durant l'année, la principale destination pour le poulet et les produits du poulet canadien était encore une fois les États-Unis avec 61,5 Mkg, une quantité de 3,5 Mkg de plus qu'en 2012 et représentant 41 % de toutes les exportations. Taïwan venait au deuxième rang en important 23,9 Mkg, soit 4,7 Mkg de plus que l'année précédente. Les huit autres pays qui figurent à la liste des 10 plus importantes destinations pour le poulet canadien sont les Philippines, Cuba, Hong Kong, le Gabon, le Bénin, Tajikistan, l'Afrique du Sud, et la Guinée équatoriale. En 2013, les exportations vers Tajikistan ont triplé comparativement à 2012 pendant que les exportations vers Taïwan et le Gabon ont aussi augmenté de façon importante. Par ailleurs, les cargaisons expédiées à Hong Kong et en Afrique du Sud ont baissé considérablement en 2013 par rapport aux années précédentes. Selon les mêmes données, la valeur des exportations de poulet canadien a passé de 323 M$ en 2012 à 362 M$ en 2013, une hausse de 12 %. Toujours en 2013, les exportations vers les États-Unis sont estimées à elles seules à 247 millions de

dollars, un montant de 13 % de plus qu'en 2012 et elles reflètent près des deux-tiers de la valeur totale des exportations en 2013.

Stocks en entrepôt

Les stocks en entrepôt ont débuté l'année 2013 à 34,9 Mkg pour la terminer à 37,3 Mkg, une quantité qui reflète une hausse de 2,5 Mkg ou de 7%. D'ordre général, les inventaires étaient considérablement plus élevés qu'en 2012 auquel moment les stocks étaient à leur plus bas niveau depuis plusieurs années. Les volumes de stocks en entrepôt ont été stables, oscillant autour de 36 Mkg pendant la plus grande partie de l'année, mais ont augmenté à 40 Mkg à la fin de 2013. Le gros de l'augmentation s'est produit dans les catégories des ailes et des poitrines.

Du côté des inventaires surgelés par catégorie en 2013, les stocks de poulets entiers, de poulet en morceaux et surtransformé ont tous augmenté alors que ceux de la catégorie « divers » ont subi une petite baisse. Les inventaires de poulet en morceaux ont grimpé de 1,7 Mkg (10 %), ceux du poulet surtransformé de 0,7 Mkg (5 %) et du poulet entier de 0,1 Mkg (25 %). D'autre part, les stocks de poulet appartenant à la catégorie « divers », qui inclut la VSM (viande séparée mécaniquement – abats, peau et pieds) ont baissé de 0,1 Mkg ou de 3 %.

Dans la catégorie des morceaux de poulet, les stocks de cuisses et de poitrines ont augmenté en 2013 alors que ceux des ailes et des autres morceaux de poulet ont chuté. En effet, les inventaires de cuisses et de poitrines ont augmenté de 0,5 Mkg et 1,7 Mkg (12 % et 36 %) respectivement, tandis que ceux des ailes et des autres morceaux de poulet ont baissé de 0,4 Mkg et 0,1 Mkg (9 % et 6 %).

Par ailleurs, dans la catégorie du poulet surtransformé, les stocks de poitrines désossées surtransformées ont augmenté de 0,8 Mkg (45 %) en 2013, tandis que les inventaires des autres produits surtransformés et surgelés (y compris les filets, lanières, pépites, croquettes, et ailes cuites) n'ont pas bougé.

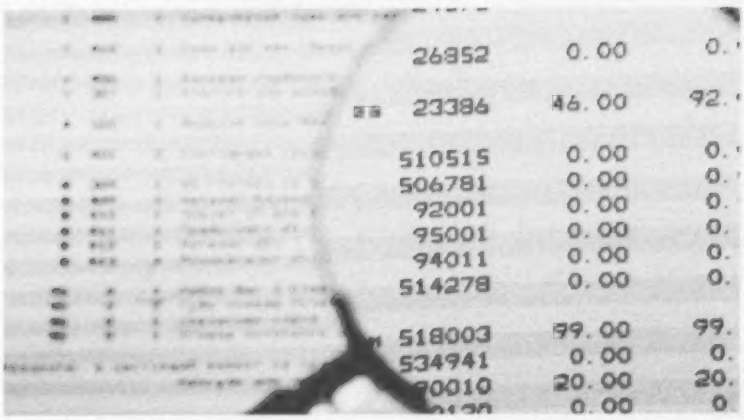
Mouvement interprovincial

Les PPC surveillent le nombre de poulets vivants en déplacement dans les commerces interprovincial et d'exportation. Les données sont déclarées chaque semaine aux PPC et vérifiées par des vérificateurs externes à toutes les quatre périodes. En 2013, le mouvement interprovincial (MIP) total a baissé de 50,8 millions de kilogrammes en poids vif. ■

MOUVEMENT INTERPROVINCIAL DE POULETS VIVANTS
(EN KILOGRAMMES POIDS VIF)

	2013		2012	
Province	**À**	**De**	**À**	**De**
Colombie-Britannique	-	-	-	-
Alberta	-	-	-	-
Saskatchewan	-	2 608 000	-	3 304 000
Manitoba	2 608 000	-	3 304 000	-
Ontario	1 221 000	17 032 000	20 760 000	30 753 000
Québec	21 602 000	29 235 000	69 076 000	38 455 000
Nouveau-Brunswick	45 818 000	4 439 000	31 532 000	27 699 000
Nouvelle-Écosse	4 300 000	17 036 000	1 655 000	21 109 000
Île-du-Prince-Édouard	-	5 199 000	-	5 007 000
Terre-Neuve-et-Labrador	-	-	-	-
Total	**75 549 000**	**75 549 000**	**126 327 000**	**126 327 000**

La baisse de 50,8 millions de kilogrammes en poids vif dans le déplacement de poulets vivants entre les provinces en 2013 s'explique par une baisse générale dans les déplacements entre l'Ontario et le Québec et une augmentation entre le Nouveau-Brunswick et le Québec.



SUIVI ET APPLICATION

Vérification du système

En 2013, le personnel a achevé les vérifications des offices provinciaux de commercialisation afin d'établir la conformité avec les politiques et règlements des PPC. Ces vérifications englobent les périodes A-110 à A-113, amorcées en 2012 et les périodes A-114 à A-117. Les vérificateurs externes des PPC ont terminé la vérification des transformateurs allant des périodes A-110 à A-113 et A-114 à A-117.

Le rapport de vérification des périodes A-110 à A-113 a été présenté aux administrateurs des PPC en mai 2013 et celui des périodes A-114 à A-117 a été présenté en novembre 2013.

Évaluation de la commercialisation à outrance

Lors de la vérification des périodes A-114 et A-115, trois offices provinciaux de commercialisation ont été évalués pour commercialisation à outrance et ont reçu une imposition d'un montant de 216 960 $ en redevances. Pendant les périodes de vérification A-116 et A-117, deux offices provinciaux de commercialisation ont été évalués pour commercialisation à outrance et ont reçu une imposition d'un montant de 136 409 $ en redevances. Le rapport a été présenté et approuvé par les administrateurs des PPC en novembre 2013 et les redevances ont ensuite été versées.

Expansion du marché

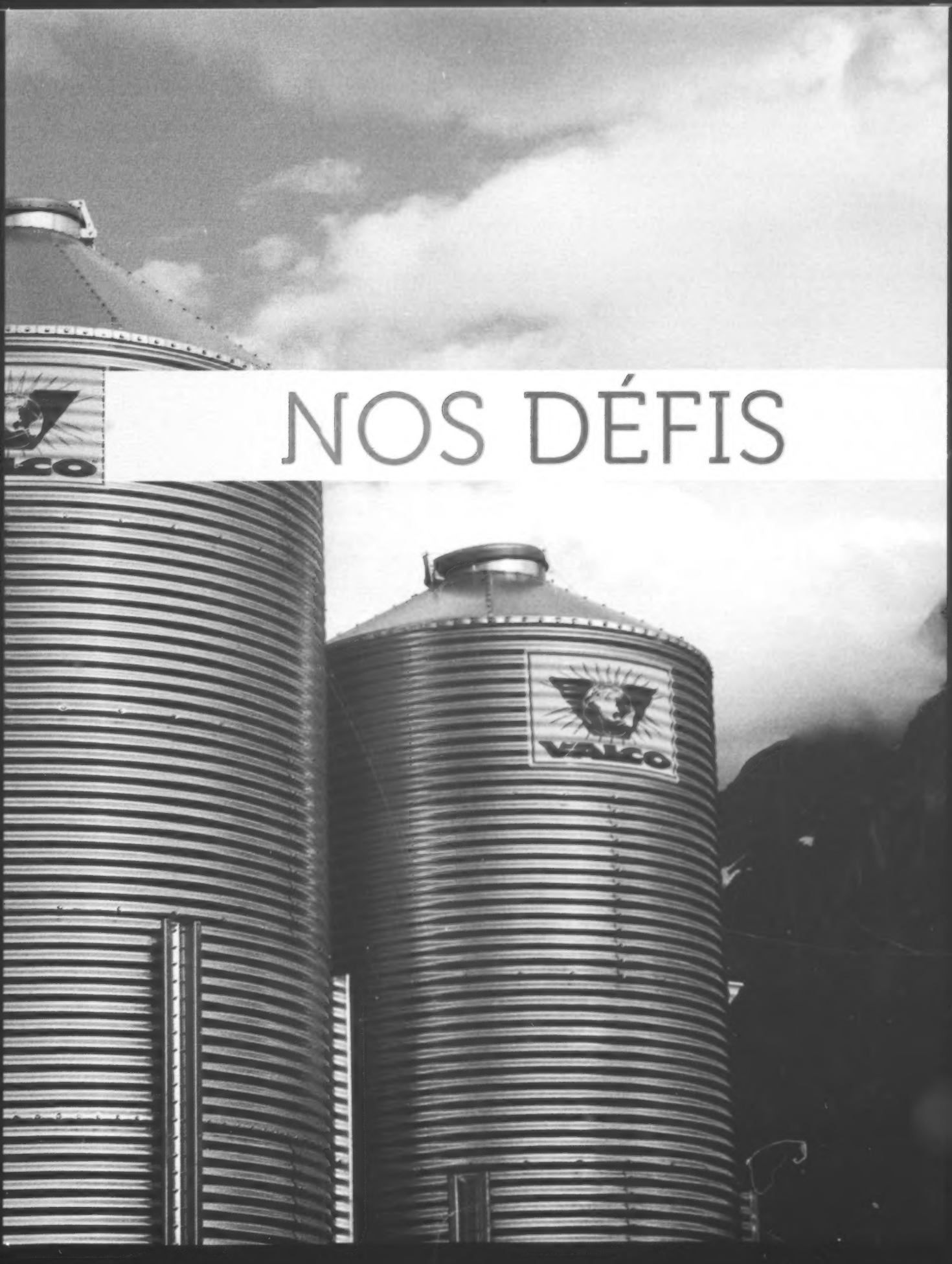
Un transformateur primaire a mis en marché une production reçue en contravention de la Politique d'expansion du marché des PPC durant les périodes A-103 à A-105 et a reçu une imposition d'un montant de 181 539 $ en redevances. En mai 2013, le conseil d'administration a rendu une décision concernant l'imposition finale. En juillet 2013, le conseil d'administration a approuvé la demande du transformateur de payer les redevances sur douze mois, majorées des intérêts au taux préférentiel +1 %. Les PPC ont reçu les versements mensuels en 2013 et les redevances encore dues seront versées d'ici mai 2014.

Pendant les périodes A-117 et A-118, un transformateur primaire a mis en marché une production reçue en contravention de la Politique d'expansion du marché des PPC et a reçu une imposition d'un montant de 14 666 $ et 16 020 $ respectivement. Au cours de la période A-118, un autre transformateur primaire a été évalué et a reçu une imposition de 8 945 $ pour commercialisation en violation de la Politique d'expansion du marché. Ces redevances ont été versées en 2013.

Transferts de contingents inter-périodes

La Politique sur les transferts de contingents inter-périodes garantit une certaine flexibilité qui permet de répondre aux besoins du marché. Les demandes constituent une réponse aux exigences à court terme, déterminées par le marché entre deux périodes précises de contingents. Les transferts de contingents inter-périodes ne peuvent servir à redresser les calendriers d'abattage ou influencer l'utilisation du contingent durant une période donnée.

En 2013, les PPC ont reçu une demande concernant le transfert de contingents inter-périodes de 111 811 kilogrammes en poids vif, comparativement à 2012, où aucune demande n'a été reçue. ■


NOS DÉFIS
VALCO

Relations gouvernementales
La volaille de réforme
Commerce international
Communications et sensibilisation
Stratégie de relations publiques

RELATIONS GOUVERNEMENTALES

Le volet des relations gouvernementales est une priorité pour les Producteurs de poulet du Canada. Nous avons pour mandat de veiller à ce que les producteurs soient entendus, tant au pays que sur la scène internationale, quand vient le temps de prendre d'importantes décisions en matière d'agriculture et de politique commerciale.

Nos principaux objectifs en matière de relations gouvernementales sont d'accroître notre visibilité auprès des décideurs de sorte que l'industrie participe pleinement à l'élaboration de politiques ayant une incidence sur l'industrie de la volaille; nous souhaitons participer aux processus législatifs et veiller à ce que tous les programmes et règlements soient respectés et mis en application pour la production nationale, les importations et les exportations. À long terme, nous voulons :

- collaborer avec le gouvernement pour résoudre nos questions hautement prioritaires;
- contrer certaines perceptions négatives qui peuvent exister envers les Producteurs de poulet du Canada, la gestion de l'offre et les enjeux de l'industrie;
- demeurer bien informés quant à l'orientation générale du gouvernement, les politiques publiques et les programmes qui pourraient concerner l'industrie;
- établir et maintenir des relations avec les principaux représentants sur lesquels les Producteurs de poulet du Canada peuvent compter en période de crise; et
- conserver la grande notoriété des Producteurs de poulet du Canada auprès des décideurs gouvernementaux en tant qu'industrie responsable.

Réunions et discussions clés

CONSULTATIONS EN TABLE RONDE PRÉBUDGÉTAIRES

Chaque année avant le budget fédéral, les Producteurs de poulet du Canada surveillent le processus prébudgétaire, et fournissent un apport aux consultations, soit en personne ou par écrit. C'est alors que le gouvernement sollicite des commentaires sur le processus décisionnel du Plan d'action économique. Une série de consultations en table ronde sont tenues à travers le pays par le ministre des Finances, Jim Flaherty, le ministre d'État (Finances), Kevin Sorenson, et le secrétaire parlementaire, Andrew Saxton.

Le 22 novembre, les Producteurs de poulet du Canada se sont rendus à Moncton, au Nouveau-Brunswick, afin de participer et de fournir des commentaires aux séances prébudgétaires tenues par le ministre Sorenson.

Le comité de l'agriculture de la Chambre des communes

Le 30 mai, les Producteurs de poulet du Canada ont comparu devant le Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire de la Chambre des communes sur le bien-être des animaux.

Le 25 novembre, les Producteurs de poulet du Canada ont rencontré Bev Shipley, député de l'Ontario de Lambton—Kent—Middlesex, qui venait d'être élu à la présidence du Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire de la Chambre des communes. L'objectif principal de la réunion était de fournir à M. Shipley un tour d'horizon sur l'industrie de la volaille au Canada, la structure organisationnelle des Producteurs de poulet du Canada, la manière dont nous déterminons l'allocation et notre chaîne d'approvisionnement. Les PPC ont également saisi l'occasion pour remercier le gouvernement pour son appui continu à l'endroit de la gestion de l'offre, tout en notant certaines de nos préoccupations à l'égard de dispositions spécifiques de l'accord de principe sur l'AECG. En particulier, nous avons également discuté de l'importation et de la volaille de réforme et M. Shipley a dit vouloir en connaître davantage sur la question lors d'une réunion de suivi.

Journée de lobbying

Les PPC ont tenu leur journée annuelle de lobbying le 9 mai afin de faire avancer les questions prioritaires au nom des producteurs de poulet du Canada et de l'industrie canadienne de

Les Producteurs de poulet du Canada favorisent une démarche coopérative dans leurs relations avec les représentants élus et non élus, et les partenaires de l'industrie.

la volaille. Les membres des PPC ont rencontré 56 députés et sénateurs à Ottawa et 24 autres rencontres ont eu lieu peu après dans des bureaux de circonscriptions. Il s'agit d'une augmentation de 14 % par rapport à l'année précédente et représente environ 20 % des députés et des sénateurs.

Les administrateurs, remplaçants, représentants des offices provinciaux et le personnel des PPC ont soumis un éventail de sujets, y compris la gestion de l'offre, le commerce, le contrôle des importations, la résistance aux antimicrobiens, la salubrité des aliments à la ferme, et les soins aux animaux. Cependant, l'accent a porté tout particulièrement sur la sensibilisation à la question cruciale de l'importation de volaille de réforme, qui met en danger le système et l'industrie.

Congrès du Parti conservateur

Dave Janzen, président des Producteurs de poulet du Canada, et le personnel ont participé au Congrès de 2013 du Parti conservateur tenu à Calgary du 31 octobre au 2 novembre.

Les associations des circonscriptions électorales de Medicine Hat, Edmonton—Mill Woods—Beaumont, Calgary-Sud-Est, et Calgary—Nose Hill ont formulé une motion de politique controversée sur la gestion de l'offre à la séance sur la politique économique. Elle recommandait un changement à la formulation (et à la politique) qui redirigerait l'appui du Parti conservateur vers quelque chose de nouveau plutôt que vers la gestion de l'offre.

La motion a été rejetée par le ministre de l'Agriculture, Gerry Ritz, et un groupe de députés de l'Ontario, y compris Gary Schellenberger. Le ministre Ritz a été le premier à prendre la parole et à s'opposer vigoureusement à la motion. Il a défendu la gestion de l'offre et a déclaré qu'elle n'étouffe pas l'innovation, qu'elle n'est pas un obstacle au commerce, et qu'elle n'est pas responsable des prix excessifs. Plusieurs autres députés ont également appuyé la gestion de l'offre et ont voté contre la motion, y compris le ministre du Commerce international, Ed Fast.

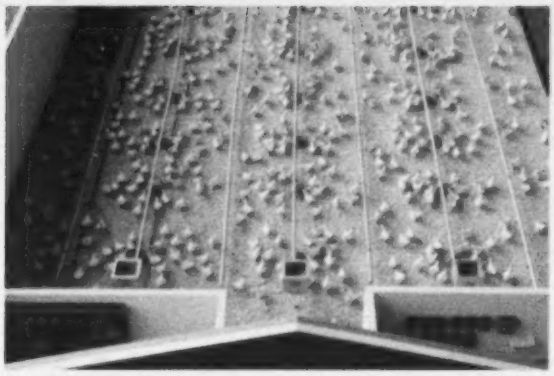
En bout de ligne, la motion a été rejetée par 182 voix contre 42, et s'est évanouit pendant la séance économique avant qu'elle puisse se rendre à la séance plénière sur la politique.

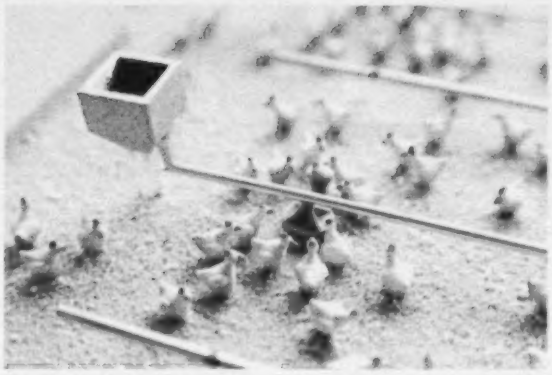
Réception en novembre

Dans le cadre de son programme continu de relations gouvernementales, le Conseil d'administration des Producteurs de poulet du Canada a tenu sa réception parlementaire annuelle à l'hôtel Fairmont Château Laurier à Ottawa, le 28 novembre. Les invités comprenaient des députés, des sénateurs, du personnel politique et ministériel, et des partenaires de l'industrie. L'honorable Ed Fast, ministre du Commerce international, et d'autres ministres clés, de même que les membres des deux comités du Sénat et de la Chambre des communes sur l'agriculture et de l'agroalimentaire et le commerce international ont participé à la fête. Le personnel politique et les représentants de l'Agence canadienne d'inspection des aliments et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada comptaient aussi parmi les invités.

Lors de son allocution aux participants, Dave Janzen, président des Producteurs de poulet du Canada, a saisi l'occasion pour souligner que l'industrie canadienne de la volaille est une réussite canadienne exemplaire - un bon choix pour le Canada, et un bon choix pour les Canadiens. M. Janzen a également remercié le gouvernement pour son appui continu à l'endroit de la gestion de l'offre et a donné suite aux préoccupations concernant l'importation de volaille de réforme et de poulets étiquetés comme étant de la volaille de réforme.

Cette année, une courte vidéo a été diffusée, mettant en évidence quelques faits et chiffres sur l'industrie canadienne de la volaille ainsi que certains de nos messages clés; la vidéo sera présentée sur le site Web des PPC qui est en cours de remaniement et qui sera lancé au début de 2014.





Un autre projet a été dévoilé à la réception du mois de novembre. Les Producteurs de poulet du Canada ont fait construire un modèle de poulailler et fait préparer une affiche décrivant les conditions de vie dans un poulailler, la façon dont nous élevons nos oiseaux, la biosécurité, la ventilation, et d'autres exigences du programme de salubrité des aliments et de soins aux animaux. Le modèle a fait fureur et a suscité une discussion exhaustive de plusieurs invités au sujet de l'industrie.

Le modèle réduit prend appui sur un poulailler de Chilliwack en Colombie-Britannique, donne un aperçu de la manière dont fonctionne un poulailler, et sert d'exposition physique du haut niveau de soins et de manipulation que doivent respecter les producteurs de poulet du Canada.

Plusieurs nouvelles bannières ont également été imprimées pour aider à raconter la bonne nouvelle au sujet du poulet canadien et la raison pour laquelle il s'avère un bon choix pour le Canada et les Canadiens.

La volaille de réforme

L'effort continu des PPC en matière de relations publiques en 2013 visait principalement la résolution du problème critique des importations de volaille de réforme. En plus de dedier la journée de lobbying à la volaille de réforme, les PPC ont demandé l'intervention gouvernementale à l'aide de plusieurs rencontres, exposés et présentations aux comités tout au long de l'année.

L'honorable Gerry Ritz, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, a fait preuve de diligence en encourageant les autres ministres et les hauts fonctionnaires à chercher et à mettre en place des solutions à ce grave problème. Les représentants des PPC ont rencontré l'Agence canadienne des services frontaliers, le ministère du Commerce international, le ministère de la Santé, le ministère des Finances, l'Agence canadienne d'inspection des aliments et Agriculture et Agroalimentaire Canada. ■

LA VOLAILLE DE RÉFORME

Une volaille de réforme est une vieille poule pondeuse ou de reproduction, un sous-produit du processus de la ponte d'œufs. Contrairement à la viande de jeunes poulets, les importations de volaille de réforme ne sont pas limitées. Toutefois, toute les volailles de réforme peuvent être étiquetées comme du poulet à la consommation.

La volaille de réforme continue d'être importée au Canada en quantités excessives. Le consommateur canadien s'en est rendu compte et 74 % des Canadiens et Canadiennes veulent que la volaille de réforme soit clairement étiquetée à ce titre. Ainsi, les Producteurs de poulet du Canada travaillent avec diligence depuis les quelques dernières années pour résoudre la situation, à la fois pour nos producteurs, notre industrie et le consommateur canadien.

En 2013, le Canada a importé 97,2 millions de kg de viande de volaille de réforme en provenance des États-Unis. Cela représente près de 10 % de la production de poulet au Canada et une perte considérable pour l'économie du pays, soit un montant de 590 millions de dollars dans le PIB du Canada et la perte de 8 900 emplois.

De plus, il existe des preuves définitives à l'effet que du poulet est frauduleusement importé comme de la volaille de réforme. Vers le milieu de 2013, les importations de volailles au Canada avaient atteint 112 % de la production américaine de volaille de réforme. Cela signifie que le Canada importait plus de viande de poitrine de volaille de réforme que ce

qui était produit aux États-Unis et que la volaille de réforme n'était pas consommée dans ce pays. Au minimum, si les importations frauduleuses étaient limitées uniquement à ce supplément de 12 %, cette activité représenterait une perte de 66 millions de dollars en évasion de droits.

À la lumière de cette incidence des plus négatives pour l'industrie canadienne du poulet, les Producteurs de poulet du Canada ont travaillé diligemment avec leurs partenaires de l'industrie et le gouvernement pour réprimer les importations frauduleuses et les produits utilisés volontairement pour contourner le pilier du contrôle des importations dans le régime de la gestion de l'offre.

Les Producteurs de poulet du Canada ont demandé à :

1. l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) de mettre en œuvre un processus de certification obligatoire afin d'éviter les erreurs d'étiquetage du poulet importé;
2. l'Agence des services frontaliers du Canada de catégoriser les produits mélangés comme du poulet étant donné qu'il n'existe aucun test permettant de distinguer la viande de volaille de réforme et celle du poulet à griller et que de ce fait, le contenu des produits mélangés ne peut être confirmé; et
3. à l'ACIA d'exiger la véracité de l'information sur les étiquettes afin de mieux renseigner les consommateurs; la volaille de réforme n'est pas du poulet et comporte des risques d'allergie aux œufs. Les consommateurs ne savent pas s'ils achètent de la volaille de réforme puisque tous les produits sont étiquetés comme du poulet.

Tout au cours de l'année, cette question est demeurée à l'avant-plan. Les PPC en ont discuté avec le Comité consultatif sur les mesures frontalières en avril et ce fut le seul sujet critique soulevé lors de notre Journée de lobbying du 9 mai. Les PPC ont de nouveau abordé la question directement avec le ministre Ritz à la réunion FPT qui s'est déroulée en juillet. Enfin, des réunions ont eu lieu tout au cours de l'année avec les dirigeants et le personnel ministériel d'AAC, du MAECD, des Finances, de l'ACIA et de l'ASFC. Un élément clé de nos efforts fut la sensibilisation des intéressés à l'endroit de la question. À cette fin, un livret a été préparé pour éduquer les intervenants et les principaux représentants du gouvernement, et des annonces ont été placées dans les publications de l'industrie pour diriger l'attention sur les conséquences de cet enjeu. La question a aussi été un point de mire de la réception des PPC en novembre 2013 et continuera de retenir l'attention de l'industrie en 2014. ■

COMMERCE INTERNATIONAL

Les règles commerciales sont essentielles à l'industrie canadienne du poulet afin que nous puissions maintenir les trois piliers essentiels de la gestion de l'offre : l'établissement de prix par le producteur, la discipline en matière de production et le contrôle des importations.

Il est de la plus haute importance que le gouvernement fédéral assure le maintien de la gestion de l'offre au moyen de tous les accords bilatéraux, régionaux ou multilatéraux.

Les PPC appuient la situation commerciale équilibrée du Canada qui permet des gains en accès au marché pour l'ensemble de l'agriculture canadienne tout en conservant l'intégrité des systèmes de gestion de l'offre canadiens. À cet égard, nous travaillons en collaboration avec nos homologues nationaux et provinciaux producteurs de volaille, de lait et d'œufs afin de surveiller de près toutes ces initiatives.

Que ce soit sous le régime de l'OMC ou du Partenariat transpacifique (PTP), nous insistons sur le fait que nous sommes déjà le 15e importateur de poulet en importance au monde. Pour mettre cela en contexte, la Nouvelle-Zélande bloque toutes les importations de poulet. Nous nous situons nettement au-delà de la plupart des membres du PTP. En fait, le Canada importe plus de poulet que 6 des 11 autres membres du PTP (Australie, Brunei, Malaisie, Nouvelle-Zélande, Pérou, États-Unis) – regroupés.

Organisation mondiale du commerce

La conférence ministérielle de l'OMC s'est déroulée du 3 au 7 décembre à Bali, en Indonésie. Douze ans après le lancement des séries de négociations de Doha, les membres ont finalement été en mesure de conclure un accord partiel. La trousse de Bali ne constitue pas un accord exhaustif, mais signale que certains progrès ont été réalisés et que l'OMC n'est pas morte après bon nombre d'années de négociations au point mort.

Ce qu'on appelle la trousse de Bali est composée de 10 décisions dans les domaines de la facilitation du commerce, les enjeux liés à l'agriculture

et les enjeux liés au développement ciblant principalement les pays les moins avancés (PMA) :

FACILITATION DU COMMERCE

- Accord sur la facilitation du commerce.

AGRICULTURE

- Services généraux;
- Constitution de stocks publics à des fins de sécurité alimentaire;
- Comprendre les dispositions d'administration du contingent tarifaire des produits agricoles;
- Concurrence à l'exportation – déclaration ministérielle provisoire;
- Coton.

DÉVELOPPEMENT ET ENJEUX LIÉS AUX PMA

- Règles préférentielles en matière d'origine pour les pays les moins avancés;
- Opérationnalisation de la renonciation concernant le traitement préférentiel réservé aux services et aux fournisseurs de services des pays les moins avancés;
- Accès au marché hors taxes et hors contingent pour les pays les moins avancés;
- Mécanisme de surveillance du traitement spécial et différentiel.

Ce qui importe le plus aux PPC c'est la décision sur l'interprétation de l'administration des contingents tarifaires agricoles. La décision a pour but d'améliorer l'utilisation des contingents tarifaires agricoles et d'accroître la transparence au moyen du processus de notification. La décision prévoit la mise en œuvre d'un mécanisme de sous-utilisation pour assurer un taux d'utilisation minimum de 65 %. Lorsque les taux d'utilisation sont inférieurs à 65 % pendant deux années consécutives, ou lorsqu'aucune notification n'a été reçue pendant deux années consécutives, le mécanisme prévoit un processus de consultation qui donnerait éventuellement lieu à un changement de méthode administrative, y compris l'administration des contingents tarifaires agricoles selon le principe du premier arrivé, premier servi. Compte tenu des taux d'utilisation élevés déclarés par le Canada en ce qui a trait aux contingents tarifaires agricoles soumis à la gestion de l'offre, la proposition est appuyée par le Canada. Selon les PPC, les contingents tarifaires agricoles constituent un instrument de politique commerciale légitime conçu pour offrir un accès au marché prévisible et uniforme.

Concernant la concurrence à l'exportation, il n'y a aucune date de fin pour procéder à l'élimination parallèle complète de toutes les formes de subvention d'exportation conformément à l'objectif établi dans la déclaration ministérielle de Hong Kong de 2005, et il s'agit clairement d'une question qui sera abordée dans le cadre du programme de travail post-Bali.

Il a été convenu que les pays développés membres chercheront à améliorer leur couverture actuelle hors taxes et hors contingent pour au moins 97 % des produits provenant des pays les moins avancés (PMA). Encore une fois, il s'agit d'une réitération de la décision prise au départ à Hong Kong en décembre 2005. Cette décision n'a aucun impact sur le Canada qui offre un accès hors taxes et hors contingent pour plus de 97 % des produits provenant des PMA.

L'accord de Bali peut servir de jalon important vers le règlement des questions restantes de la série de négociations au neutre de Doha. En l'adoptant, les membres ont réaffirmé non seulement leur engagement envers l'OMC, mais également à l'égard du respect des suites de la série de négociations de Doha. Cependant, l'exécution du Programme de Doha pour le développement (PDD) n'est toujours pas chose facile, compte tenu du nombre de sujets difficiles compris dans les modalités provisoires de 2008 révisées (Rev 4) qui demeure la version faisant l'objet de discussion.

Bilatéral et régional

Le Canada a consacré beaucoup d'efforts à deux accords commerciaux bilatéraux et régionaux en 2013. L'Accord économique et commercial global (AECG) constitue un accord de libre-échange entre le Canada et l'Union européenne. L'accord de principe a été signé le 18 octobre 2013 par le premier ministre Stephen Harper et par José Manuel Durão Barroso, président de l'Union européenne.

L'UE et le Canada ont reconnu au tout début du processus de négociation qu'il n'y avait aucun intérêt commercial quant à la viande de volaille ou aux œufs. Malgré cela, les PPC estiment que les concessions en matière d'accès au marché accordées à l'Union européenne pour les fromages de qualité sont inquiétantes, compte tenu du fait que le gouvernement n'a pas été en mesure de conclure l'AECG au moyen du même modèle réussi employé dans le cadre d'accords commerciaux antérieurs – ceux ayant réalisé des gains importants en ce que a trait à l'accès au marché pour l'agriculture canadienne tout en protégeant l'intégrité des systèmes de gestion de l'offre du Canada.

Les producteurs laitiers du Canada ont vigoureusement dénoncé l'entente et

l'augmentation des importations de fromage. L'impact économique complet reste à voir, mais le gouvernement canadien a promis des dédommagements pour répondre à toute incidence négative.

Le Partenariat transpacifique (PTP) constitue l'autre accord commercial majeur recherché par le Canada. Le Canada et les 11 autres membres (Australie, Brunei Darussalam, Chili, Japon, Malaisie, Mexique, Nouvelle-Zélande, Pérou, Singapour, États-Unis et Vietnam) se sont rencontrés de façon périodique en 2013 et terminé l'année par une réunion des ministres et des principaux négociateurs à Singapour. Bien que personne n'ait cru qu'un accord puisse être conclu en 2013, jusqu'à la dernière minute, les membres ont prétendu qu'ils poursuivaient cet objectif.

L'absence d'un accord s'est avérée peu surprenante pour la majorité des observateurs, compte tenu du nombre de questions en suspens qui étaient jugées loin d'être réglées. Les ministres n'ont pas réussi à fixer une nouvelle date limite pour conclure les négociations, qui sont au ralenti en ce qui a trait aux enjeux tels que la propriété intellectuelle, les sociétés d'État et l'accès au marché. Malgré ces difficultés, les membres visent toujours un accord à très court terme.

Les PPC ont surveillé de façon rapprochée ces négociations commerciales en collaboration avec nos homologues des secteurs de la volaille, des produits laitiers et des œufs, et ont été en communication continue avec les négociateurs canadiens. Alors que les procédures étaient au ralenti à Genève, notre correspondant là-bas a changé de centre d'intérêt et a mis l'accent plus sur l'AECG Canada-UE et sur les pourparlers du PTP. Nous publions conjointement un bulletin commercial international intitulé *Genève en bref*, qui traite des principales négociations commerciales.

Organisation mondiale des agriculteurs

L'OMA, ou l'Organisation mondiale des agriculteurs, constitue une organisation internationale d'agriculteurs, pour agriculteurs, qui a pour but de rassembler toutes les organisations coopératives nationales de producteurs et de coopératives agricoles afin d'élaborer des politiques qui appuient les agriculteurs dans les pays développés et en développement partout dans le monde. L'OMA a été lancée en 2011 en remplacement de l'ancienne Fédération internationale des producteurs agricoles, et elle a le mandat d'aborder les préoccupations globales de sécurité alimentaire.

La Fédération canadienne de l'agriculture (FCA) est membre, et le président actuel de la FCA, Ron Bonnett, siège au sein du conseil d'administration de l'OMA. La politique de l'OMA sur le commerce international, qui a été appuyée par ses 50 pays membres représentant tous les continents, a renforcé le besoin d'équilibrer de façon appropriée l'amélioration de la production nationale tout en empêchant la distorsion des marchés d'exportation.

La politique préconise un accroissement des activités commerciales et une réduction du protectionnisme, tout en endossant le droit des pays de prendre les mesures jugées nécessaires pour promouvoir leurs systèmes alimentaires et la souveraineté alimentaire :

« Tous les pays doivent avoir le droit de définir leurs propres politiques agricoles nationales afin de pouvoir aborder les préoccupations majeures de leurs citoyens. »

« Les règles commerciales devraient également permettre des mesures stratégiques nationales visant à promouvoir la stabilité des fournisseurs comme des filets de sécurité, une bonne commercialisation et la gestion de l'offre. »

L'organisation adopte une position équilibrée, tout comme le Canada, qui prend en compte un éventail d'opinions d'agriculteurs dans différentes circonstances dans divers pays, qu'ils soient développés, en développement ou les moins avancés. La clé pour l'OMA consiste à veiller à ce que les agriculteurs soient consultés avant qu'ils ne soient touchés par l'élaboration de politiques internationales.

Contrôles d'importation

Le volume d'accès pour le poulet est demeuré une préoccupation en 2013. Bien que l'engagement du Canada en matière d'accès au marché international pour le poulet soit fixé à 77,7 millions de kilogrammes (M de kg), représentant 7,5 % de la production de l'année précédente, 81,5 M de kg de poulet ont été importés sous les contingents tarifaires agricoles, donnant lieu à un niveau d'accès de 7,9 %. Ces importations supplémentaires réduisent les possibilités de production canadienne de poulet supplémentaire et les bienfaits économiques connexes à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement.

Ces autorisations d'importation supplémentaires ont été générées par les producteurs de produits surtransformés non assujettis aux contrôles d'importation (ne figurant pas sur la

liste des marchandises d'importation contrôlée). Cela démontre encore une fois l'importance de la modification de la règle sur les produits composés d'un mélange défini, aussi connue comme la règle de 13 %, qui permet aux produits contenant 87 % ou moins de poulet de ne pas être assujettis aux contrôles d'importation. Évidemment, un seuil si élevé mène à des abus et tout un ensemble de produits est conçu pour respecter cette règle généreuse et ainsi contourner les contingents tarifaires agricoles.

L'alignement du tarif douanier du Canada avec la définition de la liste des engagements du Canada auprès de l'OMC a été désigné comme solution au rapport conjoint gouvernement-industrie de 2011 du groupe de travail sur les importations de poulet, mais nous attendons toujours la mise en œuvre. Une telle modification réduirait la pression sur l'affectation de contingents tarifaires agricoles, permettrait au Canada de ne plus dépasser ses obligations internationales et de générer des activités économiques supplémentaires et des emplois pour les Canadiens.

Le ministre du Commerce international a apporté des changements importants et positifs au Programme d'importation pour réexportation (PIRE), et son utilisation a baissé, passant de 73,2 M de kg en 2012 à 38,9 M de kg en 2013. Le ministre du Commerce international a accepté, avec le Comité consultatif sur le Contingent tarifaire (CCCT), de ne plus autoriser les produits marinés dans le cadre du PIRE, en vigueur le 1er juin 2014.

L'augmentation marquée du volume de produits de poulet mariné dans le cadre du PIRE, associée à l'impossibilité de vérifier avec certitude si les critères du programme sont respectés, s'est avérée une indication claire que des mesures s'imposaient. Le détournement de produits vers le marché canadien au lieu de leur réexportation a donné lieu à une concurrence déloyale pour les agriculteurs et les transformateurs canadiens, et a causé une distorsion du marché. Les Producteurs de poulet du Canada ont applaudi la décision d'exclure les produits marinés, et encouragent des mesures similaires si d'autres éléments du PIRE s'avèrent difficiles à vérifier.

Le resserrement des critères et des vérifications du PIRE ont encouragé certains demandeurs à passer au Programme de report des droits, un programme similaire géré par l'Agence des services frontaliers du Canada. Les volumes de poulet importés dans le cadre du Programme de report des droits ont augmenté, passant de 2,1 M de kg en 2011 à 17,7 M de kg en 2012 et à 61 M de kg en 2013, ce qui est une grande source de préoccupation pour l'industrie. Le Programme de report des droits offre un calendrier de réexportation de quatre ans et n'est pas conçu pour les produits agricoles. Il s'agit évidemment d'un dédoublement de programmes et d'un manque d'uniformité entre ministères. Les préoccupations ont été soulevées par les Producteurs de poulet du Canada et bon nombre d'intervenants de l'industrie concernant le caractère non convenable du Programme de report des droits pour les produits de poulet, et nous avons demandé à ce que les produits de poulet soient seulement autorisés dans le cadre du PIRE. ■

COMMUNICATIONS ET SENSIBILISATION

Le point sur la stratégie de mise en valeur

Les Producteurs de poulet du Canada continuent de progresser dans le dossier de promotion de l'image du poulet frais canadien dans la vente de détail. En 2011, les administrateurs des PPC ont approuvé un plan d'action visant à élaborer une stratégie de mise en valeur du poulet canadien.

Après les nombreux travaux effectués en 2012, ils ont approuvé l'analyse de rentabilité et le plan de marketing de la stratégie en mars 2013. La dernière étape du processus consistait à approuver le financement de la stratégie, ce qui a été fait en juillet dernier. Les administrateurs ont approuvé un financement initial pour l'élaboration de la stratégie pendant la deuxième moitié de 2013 et sa mise en œuvre en 2014 et 2015.

À la suite de vastes consultations auprès de l'industrie et des détaillants, les PPC ont convenu des éléments pour créer une stratégie de mise en valeur cohérente qui ferait croître le marché du poulet canadien. Il en est résulté une stratégie pour le poulet frais canadien qui, au niveau des détaillants, mise sur la perception favorable qu'a la population canadienne des producteurs d'ici et se concentre sur l'importance de l'identité canadienne.

La stratégie se veut un moyen de faire voir que les producteurs canadiens contribuent à l'amélioration de l'alimentation des familles canadiennes en leur offrant du poulet frais et nutritif (sain et faible en gras). L'un des éléments centraux de la stratégie est le logo qui montre que le poulet est d'origine canadienne.

Le colonel Hadfield et sa famille ont conçu un sandwich au poulet sur le thème du retour sur Terre à l'occasion du super barbecue annuel de poulet

Tout au long de l'année 2013, les PPC ont cherché à faire accepter en principe par plusieurs grands épiciers leur participation au programme national de mise en valeur et ont recueilli les commentaires sur la version préliminaire de l'entente d'autorisation. Au début de 2014, les négociations pour l'établissement de contrats seront entamées avec les transformateurs et les détaillants intéressés.

Le slogan a été trouvé : ce sera « Élevé par un producteur canadien^MC ». Trois options de logo seront mises à l'essai auprès des consommateurs canadiens en janvier 2014 pour déterminer lequel convient le mieux. Le slogan et le logo seront incorporés aux étiquettes des détaillants et des transformateurs. Ce sera un ajout dans certains cas tandis que, dans les autres, c'est la mention de produit local ou d'origine canadienne ou la mention du pays d'origine qui sera ainsi remplacée.

La nouvelle image de marque reposera sur une solide stratégie de marketing numérique et traditionnel en français et en anglais dans le cadre de laquelle verront le jour trois grandes vagues d'annonces publicitaires à la télévision et dans les magazines avec concours pour les consommateurs à la fin du printemps (juste à temps pour la saison du barbecue), au début de l'automne et au début de l'hiver. Ce sont là trois périodes où les volumes de ventes sont les plus importants chez les détaillants. Le lancement en ligne de la marque commencera en février 2014 : beaucoup d'énergie sera d'abord consacrée à la promotion de la nouvelle image de marque sur Internet, notamment dans les médias sociaux. La création d'une application pour téléphones intelligents fait même partie du projet.

Programmes et documentation sont aussi prévus pour le lancement; le logo et le slogan figureront dans les dépliants hebdomadaires de certains détaillants participants.

La signature des accords commencera à la fin de janvier 2014, et de nombreux partenaires commenceront à épuiser leurs stocks actuels d'étiquettes dès février et mars pour faire de la place aux étiquettes avec notre nouveau logo.

Fête du Canada

Les Producteurs de poulet du Canada ont souligné leur 21e année comme commanditaire national de la fête du Canada dans la capitale nationale le 1er juillet 2013. Pour célébrer la chose en grande pompe, le colonel Chris Hadfield et sa famille ont créé une recette servie aux milliers de personnes affamées rassemblées pour souligner la fête du Canada au centre-ville d'Ottawa.

De retour depuis peu de sa mission à titre de commandant de la Station spatiale internationale, le colonel Hadfield et sa famille ont conçu un sandwich au poulet sur le thème du retour sur Terre à l'occasion du super barbecue annuel de poulet au parc Major's Hill.

Le sandwich comprenait une poitrine de poulet grillé de 5 oz marinée au citron, à l'ail et au poivre, du jus d'orange, de la cassonade, du thym et plus encore!

Près de 10 000 poitrines de poulet frais ont été grillées à la perfection dans le cadre de l'activité, l'une des nombreuses auxquelles pouvaient participer les visiteurs venus célébrer au coin poulet du parc.

« C'était pour nous une fierté de servir la recette de la famille Hadfield dans le cadre des célébrations de la fête du Canada, a fait savoir Dave Janzen, président des PPC. La famille Hadfield a une longue tradition dans le domaine agricole, et la récente excursion du colonel Hadfield dans l'espace a été une source d'inspiration pour les Canadiens d'un bout à l'autre du pays. Honnêtement, je ne peux imaginer de meilleure façon de célébrer! »

Les PPC se sont fait une responsabilité sociale de verser 0,50 $ pour chaque achat de sandwich et salade à la Banque d'alimentation d'Ottawa. Cette année, le montant recueilli par les ventes et les dons recueillis le jour de la fête du Canada s'élève à 4 147 $.

Communications en matière de santé

Le travail de communication des Producteurs de poulet du Canada continue de dépendre en grande partie de la santé des consommateurs et de leur intérêt pour des aliments et des choix de vie sains. Les bienfaits du poulet pour la santé constituent pour nous un élément important, et c'est pourquoi nous cherchons à informer les consommateurs à cet effet, et ce, par la promotion de ressources en ligne et sur papier lors de conférences ou de salons dans le domaine de la santé et dans les médias sociaux.

Voici des exemples de conférences et de festivals auxquels ont assisté les Producteurs de poulet du Canada ou pour lesquels du matériel promotionnel a été fourni :

- Le Salon national de la femme (Toronto et Ottawa);
- Congrès annuel des diététistes du Canada (Victoria);
- conférence professionnelle de l'Association canadienne du diabète (Montréal);
- conférence annuelle de l'Ontario Society for Health and Fitness (Thornhill);
- Canadian Western Agribition (Saskatoon);
- Russell Fair (Russell).

Les Producteurs de poulet du Canada continuent de rédiger et de solliciter des articles sur la santé et la nutrition pour leur bulletin mensuel, la section santé de leur site Web et le blogue. Ces articles sont des ressources auxquelles peuvent faire référence les personnes inscrites au bulletin d'information et aux visiteurs du site Web pour choisir des aliments santé et opter pour un mode de vie sain ou simplement pour voir ce que les autres ont fait de leur côté pour adopter un mode de vie sain.

SÉRIE DE FICHES NUTRITIONNELLES

La demande reste forte pour les fiches nutritionnelles créées pour les professionnels de la santé afin qu'ils les distribuent gratuitement.

Les Producteurs de poulet du Canada collaborent étroitement avec les nutritionnistes pour étoffer leurs deux grands documents en version papier, soit le livret de recettes et la série de fiches nutritionnelles. La série compte maintenant 12 fiches ainsi qu'un journal pour noter ses habitudes alimentaires hebdomadaires et un journal pour noter ses collations et ses boissons. Ce sont des outils cliniques et éducatifs utiles pour ceux qui veulent changer leurs habitudes alimentaires et adopter un mode de vie sain. Nutritionnistes, infirmières, pharmaciens et autres professionnels de la santé sont friands de ces ressources pour les patients.

Les fiches sont accessibles et téléchargeables en ligne pour les offices provinciaux et les consommateurs à la page des ressources pour les patients poulet.ca/sante/patient_resources.

Partenariat avec Natation Canada

Les Producteurs de poulet du Canada ont apporté une grande contribution à la natation au Canada. Nous avons en

effet établi un partenariat avec Natation Canada pour créer une image favorable chez le consommateur qui associera le poulet frais canadien aux bienfaits cardiovasculaires de la natation dans le cadre d'un mode de vie sain. Grâce à ce partenariat, Natation Canada a été la première association sportive à faire du poulet frais canadien la « source de protéines officielle pour la natation au Canada ».

Pour faire connaître le partenariat pour un mode de vie sain au grand public, nous avons entre autres réalisé une campagne sur les médias traditionnels et les médias sociaux à l'occasion du Concours nommez les amis de la piscine et mis sur pied l'équipe cuisine numérique sur le nouveau site Web de Natation Canada, getswimming.ca. Les partenaires ont aussi lancé le concours du parent du mois

en natation pour accroître le nombre de visites au site de l'équipe cuisine et encourager les consommateurs à devenir membre de « la plus grande équipe de natation au monde ».

Natation Canada a aussi fait suite au partenariat en accordant une bonne visibilité aux PPC par des affiches en bord de piscine, des messages d'intérêt public, des annonces publicitaires sur vidéo, une affiche animée et la distribution de notre livret de recettes et d'autocollants promotionnels lors d'événements importants. Des articles sur la santé des Producteurs de poulet du Canada ont été inclus dans un bulletin électronique hebdomadaire distribué à plus de 8 000 personnes dont des athlètes, des entraîneurs et des adeptes de natation. Les activités issues du partenariat se poursuivront en 2014, notamment avec l'intégration de l'image de marque dans l'ensemble des communications et des compétitions et événements récréatifs.

Sondage usages et attitudes 2013

L'édition 2013 du sondage usages et attitudes des Producteurs de poulet du Canada a une fois de plus révélé que la viande favorite des Canadiens est le poulet!

Le sondage, effectué tous les trois ans, se penche sur les habitudes de consommation générales, les comportements en matière de repas et les perceptions envers le poulet canadien par rapport au poulet importé.

Les résultats obtenus montrent une fois de plus que le poulet est la viande la plus achetée en épicerie et continue d'être une part importante du menu des Canadiens. Le poulet trône au sommet des choix des Canadiens depuis 2004 lorsque la consommation par personne a dépassé celle du bœuf alors en première place; il y est resté depuis.

Le sondage de cette année, mené par Léger Marketing, montre aussi que les consommateurs canadiens croient qu'il est important que le poulet qu'ils achètent soit d'origine canadienne (88 %). On peut en ressortir deux points : les gens veulent savoir d'où vient leur poulet et nous devons donc agir en conséquence en faisant la promotion du poulet canadien.

Les consommateurs canadiens ont clairement manifesté leur soutien aux producteurs locaux et leur préférence pour le poulet produit ici au Canada. Environ 81 % des personnes interrogées trouvent qu'il est important que le gouvernement canadien défende activement les intérêts des producteurs canadiens.

Le sondage a eu lieu à la fin du mois de mai 2013 auprès de 2 002 participants. La marge d'erreur est de 2,2 %.

Nouveaux sites Web sur le poulet

Pour maintenir une opinion favorable envers l'industrie du poulet, nous avons réaménagé le site producteursdepoulet.ca à la fin de l'année et avons lancé la nouvelle version au début de la nouvelle année. En dévoilant le visage de l'industrie et en montrant nos producteurs qui travaillent fort sous un autre jour, le site rapproche le consommateur du producteur et permet de bien saisir ce que font les producteurs de poulet et la manière dont ils s'y prennent.

Le site Web fera aussi la promotion de la gestion de l'offre comme cadre qui favorise la production de la source de protéines préférée des Canadiens par les producteurs de chez nous et explique en quoi le poulet est bon pour le Canada et les Canadiens.

Nous allons aussi en faire davantage pour renforcer les liens entre le site poulet.ca et le site producteursdepoulet.ca pour encourager nos consommateurs à s'informer sur le processus de production du poulet de la ferme à leur assiette ainsi que du travail qu'accomplissent les producteurs pour assurer un poulet sain et salubre.

Au fur et à mesure que le site prendra de l'expansion seront ajoutés des exemples montrant pourquoi les Canadiens doivent continuer de faire confiance en notre poulet. Le site gagnera aussi en interactivité. Un autre changement est l'adaptation de la plateforme : comme dans le cas du site poulet.ca, les visiteurs utilisant des appareils mobiles pourront bénéficier d'une modification automatique du format des pages en fonction de leur appareil. Le trafic depuis des appareils mobiles a grimpé de 300 % depuis un an et constitue aujourd'hui 46 % du total des visites.

Le site poulet.ca continue d'être une ressource de prédilection pour les Canadiens étant donné qu'il contient des recettes, des trucs pour la cuisson, des renseignements sur la salubrité des aliments, des outils de planification des repas, des termes de cuisson et de l'information sur les coupes de poulet. Ce sont là les principales pages et sections que cherchent et explorent les visiteurs du site. Les 10 pages les plus consultées du site sont presque toutes des recettes.

En 2013, le site Web poulet.ca a été complètement refait de manière à ce qu'il devienne l'un des premiers sites de nature agricole adaptable

à n'importe quel appareil. Ainsi, les visiteurs ont toujours le format optimisé pour leur appareil, ce qui facilite la consultation du site. L'ajout de contenu ludique est un autre moyen d'attirer les visiteurs et de mieux dialoguer avec les consommateurs. Une nouvelle section de questions et réponses est en cours de rédaction; on y trouvera une série de questions des visiteurs et les réponses à chacune d'elles.

Médias sociaux

Les sites Web ne sont pas les seuls outils que nous utilisons auprès des consommateurs. Les médias sociaux, par les relations qu'ils créent en ligne, continuent d'occuper une place prépondérante pour les Producteurs de poulet du Canada. Le nombre de personnes qui aiment notre page sur Facebook a atteint le cap des 4 500 en septembre, l'objectif que nous nous étions donné pour 2013, et le compteur continue de monter grâce à nos concours et à nos prix. Ces concours avaient auparavant lieu sur Facebook même, mais les nouvelles règles du site nous obligent à les déplacer sur notre blogue même si nous pouvons encore en faire la promotion sur notre page Facebook. Bien que nous ayons eu peur que la transition fasse diminuer le nombre de participants, tout s'est bien déroulé : il en est même résulté une relation plus étroite avec les visiteurs qui peuvent ainsi voir tout ce que le blogue a d'intéressant à leur offrir.

Sur Twitter, les soirées de poulet Twitter ont été populaires, les gazouillis s'y reportant ayant été visionnés par sept millions de personnes, tandis que les clavardages sur le poulet, qui avaient lieu de jour, ont généré des gazouillis visionnés trois millions de fois. L'objectif pour 2013 était de 3 000 abonnés (il y en a près de 5 000 en fin d'année) et de 6 000 gazouillis. Pinterest est un autre média social que nous utilisons, actuellement l'un des principaux sites de référence pour nos pages, surtout celles de nos 500 recettes et plus avec photos de qualité qui sont attrayantes pour les visiteurs et qui constituent un bon « appât ».

Sur YouTube, la chaîne de vidéos en ligne, les Producteurs de poulet du Canada offrent maintenant 145 vidéos qui vont de simples vidéos explicatives à la toute nouvelle vidéo d'introduction à la gestion de l'offre lancée à la fin du mois de novembre. Les vidéos ont été visionnées 500 000 fois (notre objectif était de 400 000) et nous avons 382 abonnés à notre chaîne (l'objectif était de 250). ■

STRATÉGIE DE RELATIONS PUBLIQUES

Les administrateurs des PPC ont approuvé la mise en œuvre d'une stratégie de relations publiques visant à offrir de l'information exacte, adaptée et rapide aux consommateurs et aux médias concernant la contribution des producteurs de poulet du Canada qui offrent du poulet canadien salubre et sain, grâce à leur système de gestion de l'offre.

La gestion de l'offre continue d'être la cible d'une attention médiatique injuste, surtout en ce qui concerne les négociations sur le commerce international. Par le passé, cette attention était limitée à des commentateurs médiatiques particuliers, à des économistes et à d'autres activités agricoles. Cette couverture médiatique a été la plus marquée pendant les réunions ministérielles de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ou des séances de négociations clés.

Depuis 2011, l'attention soutenue et en grande partie négative accordée au système de gestion de l'offre du Canada a augmenté et a pris une importance à laquelle nous ne sommes pas habitués. En raison de l'ampleur prise par ces critiques et cette information trompeuse – attribuable en partie à la structure changeante des médias, notamment la prolifération des médias sociaux – les Producteurs de poulet du Canada se voient dans la position de devoir adopter un rôle plus actif, car ils ont la responsabilité de dénoncer ces mythes et de les démystifier avant que les Canadiens n'adoptent des points de vue erronés sur la gestion de l'offre et l'industrie du poulet du Canada.

Par eux-mêmes et avec la Coalition nationale du secteur avicole, les Producteurs de poulet du Canada se sont engagés à travailler sur trois initiatives – surveillance et analyse des médias, rédaction de réponses aux médias et présentation de nos réussites. Travailler de concert avec d'autres nous aide à fournir des réponses ayant des effets plus importants. Travailler de manière indépendante nous offre une plus grande souplesse pour conserver la confiance des consommateurs envers l'industrie canadienne du poulet.

La philosophie principale, découlant tant des objectifs proactifs que réactifs de la stratégie, est que l'appui public envers nos producteurs et notre système permettra de conserver l'appui du gouvernement. En veillant à ce que le public

En veillant à ce que le public ait des sentiments positifs à l'égard de nos producteurs et de notre poulet, nous nous assurons que nous disposons d'un réseau d'appui sur lequel nous pouvons compter.

ait des sentiments positifs à l'égard de nos producteurs et de notre poulet, nous nous assurons que nous disposons d'un réseau d'appui sur lequel nous pouvons compter. Conserver et entretenir l'opinion positive des consommateurs à l'égard du poulet canadien demande un travail considérable.

En 2013, les PPC se sont joints aux autres organismes avicoles et ont embauché une agence de relations publiques en janvier pour surveiller la couverture médiatique négative et y réagir. Au cours de l'année, les organismes avicoles ont publié un certain nombre de lettres à l'éditeur et d'articles d'opinion.

En février, les PPC ont embauché un nouvel agent de relations publiques pour appuyer le rôle élargi des PPC. La plus importante initiative des organismes avicoles a été leur participation à la convention de la Fédération canadienne des municipalités à Vancouver en mai. Le kiosque servant d'excellents repas de volaille canadienne a été le gros succès du salon professionnel. Nous avons communiqué les résultats d'un sondage des Producteurs d'œufs du Canada menés auprès de maires et de préfets dans l'ensemble du pays.

Une des principales conclusions est que dans l'ensemble, 90 pour cent de tous les répondants ont dit que la gestion de l'offre était importante pour leurs collectivités. Quatre-vingts pour cent des maires et des préfets interrogés ont dit que la gestion de l'offre est importante pour assurer la survie des fermes familiales du Canada; 71 pour cent ont dit que l'ouverture des frontières aux importations mettrait en péril les fermes familiales. Si l'entrée de produits étrangers entraînait une réduction des prix versés aux producteurs, 74 pour cent croient que rien ne garantit que les détaillants fassent profiter les consommateurs des économies réalisées.

La Stratégie de relations publiques des Producteurs de poulet du Canada permettra d'assurer l'appui de la gestion de l'offre et des producteurs de poulet du Canada en :

- démythifiant les mythes propagés dans divers médias à propos de la gestion de l'offre;
- assurant la promotion des avantages directs et accessoires des fermes d'élevage de poulet viables et durables;
- aidant les consommateurs à comprendre l'importance des fermes d'élevage canadiennes de poulets et de s'en préoccuper;
- améliorant notre image en tant que producteurs, industrie et organismes crédibles et pas simplement en tant que défenseurs des intérêts;
- étant proactif en racontant intégralement l'histoire positive de la gestion de l'offre;
- se penchant sur les rapports ou en les remettant en question rapidement (dans la presse nationale et locale, les publications intellectuelles, les blogues, sur Twitter) à mesure qu'ils sont publiés.

La rédaction de la stratégie de l'industrie avicole s'est achevée à la fin de 2013 et le travail sur les deux stratégies se poursuivra en 2014 et rejoindra la nouvelle stratégie de promotion de la marque pour le poulet canadien frais qui sera lancée au printemps prochain. ■

Welch LLP

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Le Ministre
Agriculture et Agroalimentaire Canada

Le Conseil des produits agricoles du Canada

Les membres de
LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

Nous avons effectué l'audit des états financiers ci-joints de Les Producteurs de poulet du Canada, qui comprennent le bilan au 31 décembre 2013, ainsi que les états des résultats d'exploitation, de l'évolution des soldes des fonds et des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi qu'un sommaire des principales méthodes comptables et autres informations explicatives.

Responsabilité de la Direction pour les états financiers
La Direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces états financiers selon les Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Responsabilité de l'auditeur
Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur les états financiers sur la base de notre audit. Nous avons effectué notre audit selon les normes d'audit généralement reconnues du Canada. Ces normes requièrent que nous nous conformions aux règles de déontologie et que nous planifiions et réalisions l'audit de façon à obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états financiers. Le choix des procédures relève du jugement de l'auditeur, et notamment de son évaluation des risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Dans l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en considération le contrôle interne de l'entité portant sur la préparation et la présentation fidèle des états financiers afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et du caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Opinion
À notre avis, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de Les Producteurs de poulet du Canada au 31 décembre 2013 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Welch LLP

Comptables agréés
Experts-comptables autorisés

Ottawa, Ontario
Le 21 février 2014.

Welch LLP – Chartered Accountants
1200-151 Slater Street, Ottawa, ON K1P 5H3
T: 613 236 9191 F: 613 236 8258 W: www.welchllp.com
An Independent Member of BKR International

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

BILAN

31 DÉCEMBRE 2013

	2013	2012
ACTIF		
Actif à court terme		
Encaisse	985 459 $	1 468 972 $
Placements à court terme (note 4)	2 417 432	3 943 954
Débiteurs	1 351 203	1 220 478
Sommes à recevoir de l'État	20 803	7 907
Encaisse affectée (note 5)	-	235 930
Charges payées d'avance	124 048	80 089
	4 898 945	6 957 330
Placements (note 4)	13 133 748	12 334 647
Immobilisations corporelles (note 6)	389 539	443 112
	18 422 232 $	19 735 089 $
PASSIF ET SOLDES DES FONDS		
Passif à court terme		
Créditeurs et frais courus	897 800 $	718 356 $
Produits reportés (note 5)	-	235 930
Portion à court terme des incitatifs reportés liés à des baux (note 7)	11 429	12 761
	909 229	967 047
Portion à long terme des incitatifs reportés liés à des baux (note 7)	97 324	108 752
	1 006 553	1 075 799
Soldes des fonds		
Affectation d'origine interne - Fonds de promotion	3 484 639	3 626 412
Affectation d'origine interne - Fonds de recherche	5 522 903	5 600 257
Non affecté - Fonds de fonctionnement	8 408 137	9 432 621
	17 415 679	18 659 290
	18 422 232 $	19 735 089 $

Au nom du Conseil :

Barry Uyterlinde
administrateur, Comité des finances

Derek Janzen
administrateur, Comité des finances

Peter Vale
administrateur, Comité des finances

(voir notes ci-jointes)

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

ÉTAT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2013

	2013				2012
	Fonds de promotion	Fonds de recherche	Fonds de fonctionnement	Total	Total
Produits					
Redevances et frais de services	- $	- $	6 235 172 $	6 235 172 $	6 117 215 $
Intérêts	74 731	128 307	189 791	392 829	473 323
Redevances de commercialisation à outrance et d'expansion des marchés	574 539	-	-	574 539	400 695
Autres revenus	-	-	248 501	248 501	171 849
	649 270	128 307	6 673 464	7 451 041	7 163 082
Charges					
Amortissement des immobilisations corporelles	-	-	81 308	81 308	81 570
Conseil de recherches avicoles du Canada	-	150 802	-	150 802	60 000
Comités	-	-	282 539	282 539	314 867
Communications	-	-	433 911	433 911	363 942
Responsabilité sociale de l'organisation	-	-	56 249	56 249	56 647
Administrateurs et représentants	-	-	1 547 222	1 547 222	1 116 039
Technologie de l'information	-	-	281 804	281 804	317 155
Cotisations	-	-	130 801	130 801	131 804
Bureau	-	-	590 059	590 059	590 940
Frais professionnels	-	-	582 770	582 770	561 177
Activités de promotion	111 833	-	-	111 833	-
Salaires, avantages sociaux et déplacements	-	-	2 704 313	2 704 313	2 457 952
Études spéciales	644 597	-	673 383	1 317 980	1 111 086
Commerce	-	-	101 952	101 952	98 482
Traduction	-	-	148 119	148 119	141 891
	756 430	150 802	7 614 430	8 521 662	7 403 552
Insuffisance des produits sur les charges des opérations	(107 160)	(22 495)	(940 966)	(1 070 621)	(240 470)
Diminution nette des placements	(34 613)	(54 859)	(83 518)	(172 990)	(201 801)
Insuffisance des produits sur les charges	(141 773) $	(77 354) $	(1 024 484)$	(1 243 611)$	(442 271)$

(voir notes ci jointes)

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DES SOLDES DES FONDS

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2013

	2013				2012
	Fonds de promotion	Fonds de recherche	Fonds de fonctionnement	Total	Total
Solde au début de l'exercice	3 626 412 $	5 600 257 $	9 432 621 $	18 659 290 $	19 101 561 $
Insuffisance des produits sur les charges	(141 773)	(77 354)	(1 024 484)	(1 243 611)	(442 271)
Solde à la fin de l'exercice	3 484 639 $	5 522 903 $	8 408 137 $	17 415 679 $	18 659 290 $

(voir notes ci-jointes)

LES PRODUCTEURS DE POULET DU CANADA

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2013

	2013	2012
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'EXPLOITATION		
Insuffisance des produits sur les charges	(1 243 611)$	(442 271)$
Éléments n'ayant pas d'incidence sur l'encaisse :		
Amortissement des primes nettes liées aux placements	53 705	61 087
Amortissement des immobilisations corporelles	81 308	81 570
Amortissement des incitatifs reportés liés à des baux	(12 760)	(12 760)
Gain sur disposition d'immobilisations corporelles	-	(825)
Diminution nette des placements	172 990	201 801
	(948 368)	(111 398)
Variation des :		
Débiteurs	(130 725)	(119 934)
Charges payées d'avance	(43 959)	6 038
Créditeurs et frais courus	179 444	(86 153)
Sommes dues à l'État - nettes	(12 896)	(27 819)
Produits reportés	(235 930)	(164 623)
Incitatifs reportés liés à des baux	-	10 245
	(1 192 434)	(493 644)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations corporelles	(27 735)	(35 935)
Produits de disposition d'immobilisations corporelles	-	825
Achat de placements	(3 407 274)	(3 754 347)
Produits sur vente de placements	3 908 000	3 826 000
Diminution de l'encaisse affectée	235 930	546 400
	708 921	582 943
AUGMENTATION (DIMINUTION) DE L'ENCAISSE	(483 513)	89 299
ENCAISSE AU DÉBUT DE L'EXERCICE	1 468 972	1 379 673
ENCAISSE À LA FIN DE L'EXERCICE	985 459 $	1 468 972 $

(voir notes ci-jointes)

NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS

EXERCICES CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2013

1. Activités de l'organisme

OBJECTIF DE L'ORGANISME

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC), constitué en société conformément à la *Loi sur les offices des produits agricoles*, est un organisme qui a été créé pour assurer la commercialisation ordonnée des poulets au Canada. Les PPC sont exonérés d'impôts en vertu de l'article 149(1)(e) de la *Loi de l'impôt sur le revenu*.

REDEVANCES ET FRAIS DE SERVICES

Les PPC ont décrété des redevances fondées sur les distributions de poulets sur les marchés interprovinciaux et d'exportation et perçoivent des frais de services relatifs aux marchés intraprovinciaux.

2. Sommaires des principales méthodes comptables

MÉTHODES COMPTABLES

Ces états financiers ont été dressés selon les Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

UTILISATION DES ESTIMATIONS

La préparation d'états financiers conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif exige de la direction qu'elle fasse des estimations et pose des hypothèses qui influent sur les montants déclarés des actifs, des passifs, des produits, des charges et la divulgation des actifs et passifs éventuels. Les estimations sont révisées chaque année, ce qui donne lieu à des ajustements. Ceux-ci sont présentés dans les états financiers dans la période où ils sont identifiés.

La durée de vie utile estimative des immobilisations corporelles des PPC et la dépense d'amortissement liée, la valeur nette de réalisation des débiteurs et les frais courus sont les éléments les plus significatifs où les estimations sont utilisées. Les résultats réels pourraient différer de ces estimations.

COMPTABILITÉ PAR FONDS

Les ressources sont classées dans des fonds, pour des fins comptables et de présentation, qui correspondent à des activités ou à des objectifs précis. Ainsi, des comptes séparés sont maintenus pour le Fonds de fonctionnement et pour le Fonds de promotion et le Fonds de recherche qui sont des fonds grevés d'affectation d'origine interne.

Le Fonds de fonctionnement comptabilise les activités d'exploitation et d'administration ainsi que toutes les transactions concernant les immobilisations corporelles et d'autres intérêts gagnés non alloués aux autres fonds.

Le Fonds de promotion gère le recouvrement des redevances de commercialisation à outrance et d'expansion des marchés et rend compte aussi des charges qui se rapportent à la promotion et à la commercialisation des poulets, tel qu'indiqué dans la Politique d'expansion du marché et dans la Politique d'application et de suivi, ainsi que des dépenses encourues pour recouvrir les redevances de commercialisation à outrance et d'expansion des marchés. Il rapporte aussi les intérêts gagnés sur les ressources détenues pour le Fonds de promotion.

Le Fonds de recherche gère les intérêts gagnés sur les ressources détenues pour la recherche et les charges des projets de recherches se rapportant à l'industrie de la volaille au Canada.

CONSTATATION DES REVENUS

Les PPC comptabilisent les revenus selon la méthode du report pour les contributions.

Les redevances sont constatées comme produits au cours de l'exercice ou elles sont reçues ou à recevoir si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que sa perception est raisonnablement assurée.

INSTRUMENTS FINANCIERS

L'encaisse, les placements à court terme et les placements sont initialement et ultérieurement évalués à la juste valeur.

Les autres instruments financiers sont ultérieurement évalués au coût après amortissement.

PLACEMENTS

Les intérêts sur les placements portant intérêts sont calculés en utilisant la méthode du taux d'intérêt effectif.

Les justes valeurs des placements sont établies sur les prix du marché lorsque disponibles. Si les prix du marché ne sont pas disponibles, les justes valeurs sont estimées en utilisant les prix du marché de placements similaires où d'autre information externe.

2. Sommaires des principales méthodes comptables - suite

Les coûts de transactions reliés à ces placements sont passés à la dépenses lorsqu'encourus. Les gains et les pertes sur les placements, incluant les gains et les pertes non réalisés, sont comptabilisés dans l'état des résultats d'exploitation.

IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût.

L'amortissement est calculé selon la méthode de l'amortissement linéaire selon la durée de vie utile prévue. Les périodes d'amortissement sont les suivantes :

Matériel de bureau	10 ans
Équipement informatique	3 ans
Améliorations locatives	Durée du bail

INCITATIFS REPORTÉS LIÉS À DES BAUX

Les incitatifs reportés liés à des baux représentent les périodes sans loyer à payer et le financement pour les améliorations locatives et les photocopieurs. Les incitatifs reportés liés à des baux sont amortis de façon linéaire sur la durée des baux et sont comptabilisés comme une réduction des dépenses de bureau.

3. Instruments financiers

Les PPC, par le biais de ses instruments financiers, sont exposés à divers risques. L'analyse suivante donne un aperçu des concentrations de risque auxquelles les PPC peuvent être soumis au 31 décembre 2013.

Les PPC n'utilisent pas d'instruments financiers dérivés afin de gérer leurs risques.

RISQUE DE CRÉDIT

Les PPC sont exposés à un risque de crédit dû à la possibilité que les parties liées pourraient faire défaut à leurs obligations financières. Le risque maximum de crédit des PPC représente la somme de son encaisse, ses placements à court terme, ses placements et ses débiteurs. L'encaisse des PPC est déposée auprès d'une banque à charte canadienne et les placements à court terme et les placements sont émis par l'État et, par conséquent, la direction estime que le risque de perte sur ces instruments est minime. Les PPC gèrent son risque de crédit en passant en revue ses débiteurs classés par échéance chaque mois et en faisant un suivi sur les montants en souffrance. La direction estime que tous les débiteurs à la fin de l'année seront perçus.

RISQUE DE LIQUIDITÉ

Le risque de liquidité est le risque que les PPC ne seront pas en mesure de répondre à ses besoins de trésorerie ou de financer ses obligations lorsqu'elles arrivent à échéance. Les PPC rencontrent leurs obligations de liquidité en préparant et en gardant compte des prévisions détaillées des flux de trésorerie, en anticipant ses activités d'investissement et de financement et en évaluant les besoins futurs des flux de trésorerie sur une base régulière.

RISQUE DE MARCHÉ

Le risque de marché est le risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie à être tirés d'un instrument financier fluctuent en raison de facteurs liés aux marchés. Le risque de marché est composé du risque de change, du risque de taux d'intérêt et du risque de prix autre.

i) Risque de change

Le risque de change est le risque que la juste valeur des effets ou les flux de trésorerie à être tirés d'un instrument financier fluctuent par rapport au dollar canadien en raison de facteurs liés aux taux de change des devises étrangères.

Les instruments financiers des PPC sont tous en devise canadienne et les PPC opèrent principalement en dollars canadiens. Par conséquent, la direction estime que les PPC ne sont pas sujets à un risque de change important.

ii) Risque de taux d'intérêt

Le risque du taux d'intérêt est le risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie à être tirés d'un instrument financier fluctuent en raison de changements dans les taux d'intérêts sur les marchés.

Les PCC sont exposés au risque de taux d'intérêt par moyen de leurs placements portant intérêts à des taux fixes. La direction limite son exposition au risque de taux d'intérêt en décalant les dates de maturités de ses placement à rendement fixe.

iii) Risque de prix autre

Le risque de prix autre est le risque que la juste valeur des instruments financiers ou les flux de trésorerie à être tirés d'un instrument financier fluctuent en raison de variations des prix du marché (autres que celles dont la cause est le risque de change ou le risque de taux d'intérêt), que ces variations soit causées par des facteurs spécifiques à l'instrument financier, à son émetteur ou par des facteurs ayant effet sur des instruments similaires sur les marchés.

Les PPC ne sont pas sujets au risque de prix autre.

CHANGEMENT DES RISQUES

Il n'y a eu aucun changement dans l'exposition aux risques des PPC depuis l'exercice précédent.

4. Placements

	2013		2012	
	COÛT	JUSTE VALEUR	COÛT	JUSTE VALEUR
Placements à court terme	2 409 901 $	2 417 432 $	3 921 885 $	3 943 954 $
Certificats de placement garantis (CPGs)	500 000	500 000	1 300 000	1 300 000
Obligations de la Fiducie du Canada pour l'habitation	12 388 769	12 380 696	10 643 750	10 778 810
Obligations du Gouvernement du Canada	247 667	253 052	247 485	255 837
	13 136 436	13 133 748	12 191 235	12 334 647
	15 546 337 $	15 551 180 $	16 113 120 $	16 278 601 $

Les placements à court terme sont composés d'obligations de la Fiducie du Canada pour l'habitation, et de certificats de placement garantis venant à échéance au cours du prochain exercice et portant intérêt entre 2,20% et 4,12% (2012 - 3,60% et 4,53%).

Les obligations représentent des instruments d'emprunt produisant des rendements en intérêts comparables à ceux du marché au moment de leur achat. Les obligations et les CPGs seront réalisés à leur valeur nominale et les échéances s'échelonneront au cours des sept prochaines années (2012 - six années). Les taux d'intérêt pour ces valeurs s'échelonnent de 1,70% à 4,10% (2012 - 1,70% à 4,12%).

RISQUE LIÉ AUX PLACEMENTS

Le risque lié au placements maximum auquel s'exposent les PPC est représenté par la juste valeur des placements. Les investissements dans les instruments financiers comportent aussi le risque qu'une des parties impliquées dans un instrument financier ne puisse faire face à ses obligations lorsqu'elles viennent à échéance.

CONCENTRATION DU RISQUE

Il y a concentration du risque lorsqu'une portion importante du portefeuille est constituée de placements dans des titres présentant des caractéristiques semblables ou sensibles à des facteurs économiques, politiques ou autres similaires. La direction est d'opinion que la concentration du portefeuille actuel ne représente pas de risque excessif.

5. Produits reportés et encaisse affectée

En 2005, les PPC ont reçu une somme de 875 956 $ à titre de règlement intégral et définitif d'un recours collectif relatif aux vitamines. Les sommes reçues doivent être utilisées par les PPC dans le but de diminuer le coût des vérifications à la ferme dans le cadre du programme d'assurance de la salubrité des aliments à la ferme des PPC, d'améliorer ou d'accroître la biosécurité à la ferme et d'allouer des fonds aux activités de recherche et de développement pour les protocoles et méthodes pour atténuer et contenir tout déclenchement de maladie animale étrangère au Canada.

En 2011, les PPC ont reçu 94 638 $ à titre de règlement intégral et définitif d'un recours collectif relatif à la méthionine. Les sommes reçues doivent être utilisés par les PPC au bénéfice des producteurs de poulet canadien et des PPC.

Les variations dans les produits reportés pour l'exercice sont comme suit :

	2013			2012		
	MÉTHIONINE	VITAMINES	TOTAL	MÉTHIONINE	VITAMINES	TOTAL
Solde au début de l'exercice	96 813 $	139 117 $	235 930 $	95 617 $	304 936 $	400 553 $
Intérêts gagnés	1 013	1 455	2 468	1 196	3 810	5 006
Constaté comme revenu	(97 826)	(140 572)	(238 398)	-	(169 629)	(169 629)
Solde à la fin de l'exercice	- $	- $	- $	96 813 $	139 117 $	235 930 $

Les charges encourues de 238 398 $ (2012 - 169 629 $) ont été utilisées pour améliorer ou augmenter la biosécurité à la ferme; et pour la recherche et le développement de protocoles et de méthodes pour atténuer et contenir tout déclenchement de maladies animales étrangères au Canada. Les intérêts gagnés sont constatés dans le Fonds de fonctionnement. Le revenu reporté constaté durant l'exercice est comptabilisé comme autre revenus du Fonds de fonctionnement.

6. Immobilisations corporelles

	2013		2012	
	COÛT	AMORTISSEMENT CUMULÉ	COÛT	AMORTISSEMENT CUMULÉ
Matériel de bureau	393 937 $	310 464 $	393 937 $	296 868 $
Équipement informatique	274 096	197 412	246 360	162 281
Améliorations locatives	436 319	206 937	436 319	174 355
	1 104 352	714 813 $	1 076 616	633 504 $
Moins l'amortissement cumulé	714 813		633 504	
Valeur nette aux livres	389 539 $		443 112 $	

7. Incitatifs reportés liés à des baux

Les PPC se sont engagés en 2010 dans un bail qui prend fin en 2020. Le bail inclut un incitatif pour améliorations locatives de 123 252 $ ainsi que sept mois sans loyer à payer au cours du bail.

De plus, en 2010, les PPC ont signé un bail pour deux photocopieurs qui prend fin en 2013; le bail inclut un incitatif de 5 327 $. L'incitatif a été pleinement déprécié durant l'exercice courant.

	2013	2012
Solde au début de l'exercice	121 513 $	124 028 $
Augmentation au cours de l'exercice	-	10 245
Montant imputé aux charges au cours de l'exercice	(12 760)	(12 760)
Solde à la fin de l'exercice	108 753	121 513
Portion à court terme	11 429	12 761
Portion à long terme	97 324 $	108 752 $

8. Engagements

Les PPC se sont engagés en vertu de baux échéant à diverses dates et portant sur la location de locaux et de matériel de bureau. Les versements pour les paiements minimums sont comme suit :

2014	175 202 $
2015	159 533
2016	189 768
2017	162 150
2018	173 602
2019–2020	237 500
	1 097 555 $

9. Régime de retraite

Les PPC ont un régime de retraite à cotisations déterminées à l'intention de ses employés. La cotisation correspond à un pourcentage fixe du revenu annuel de l'employé. La cotisation des PPC au titre de ce régime en 2013 s'élève à 109 124 $ (2012 - 96 022 $).

10. Chiffres de l'exercice précédent

Certains chiffres de l'exercice précédent ont été reclassés afin que leur présentation soit conforme à celle adoptée pour l'exercice courant.